NÚMERO 7
DICIEMBRE 2015 RD$200.00

Gentleman

REPÚBLICA DOMINICANA



NOMBRES PROPIOS

Ramón H. Mejía
José F. Arata
Marc Tiernay
Carlos Martín

DESTINOS GASTRONÓMICOS

DÓNDE VIAJAN NUESTROS CHEFS

UNIVERSO SMOKING

CLAVES Y PROPUESTAS PARA VESTIR DE GALA

50 REGALOS SOLO PARA USTED

BECKHAM CLUB

LA CARA EMPRESARIAL DEL EXFUTBOLISTA

7 469623 382215

El HÉROE de nuestras VIDAS

Harrison Ford

SETH PRICE



Brioni

AV. WINSTON CHURCHILL 93, 1ER NIVEL BLUE MALL - BOUTIQUE BRIONI



NACE UNA LEYENDA

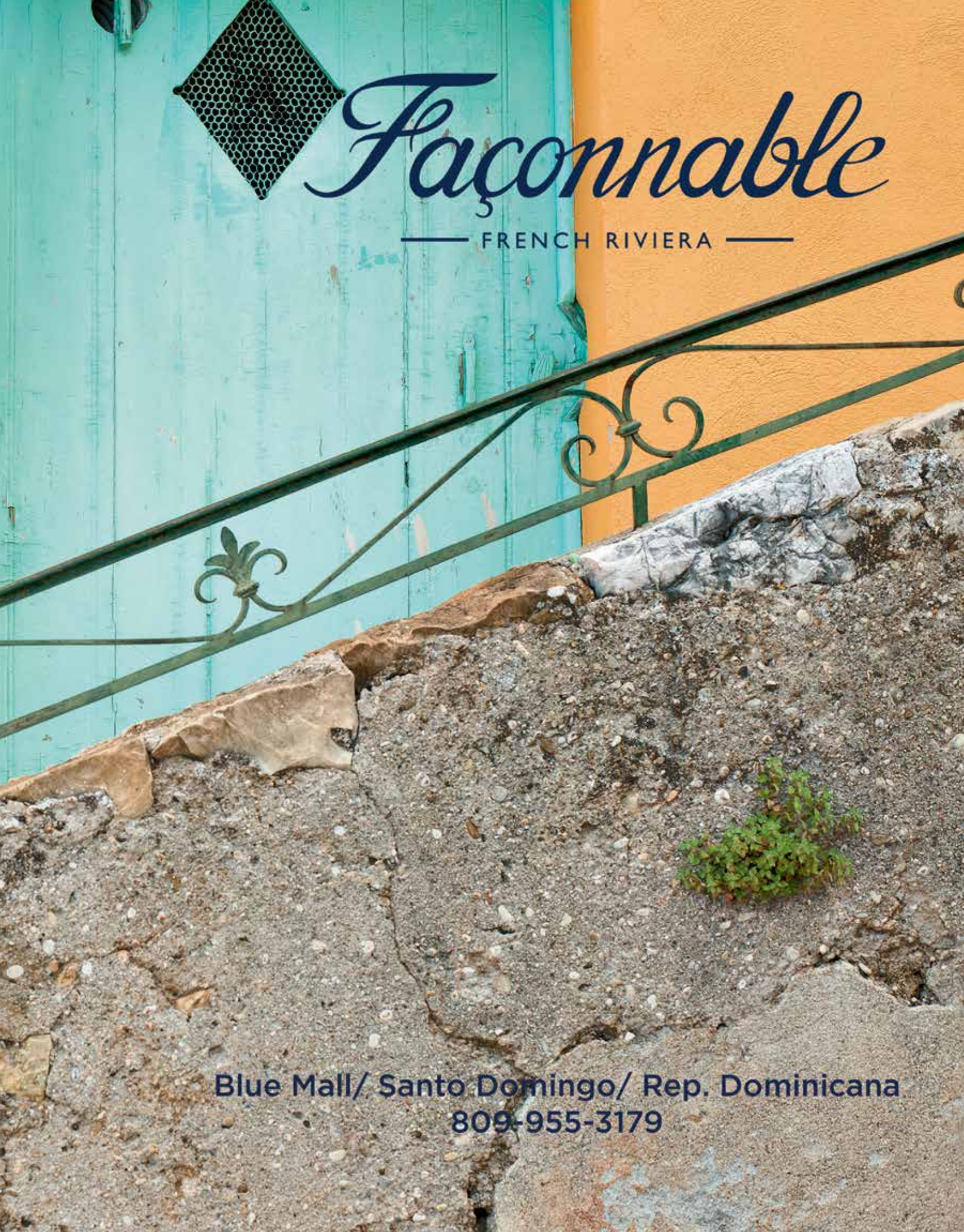
SELECCIÓN HOMENAJE AL LEGADO DE
NUESTRO FUNDADOR ANDRÉS BRUGAL.



EL CONSUMO DE ALCOHOL PERJUDICA LA SALUD. LEY 42-01.


BRUGAL
LEYENDA
Andrés Brugal
ANDRÉS BRUGAL ERA UN HOMBRE TENAZ, QUE NO SE DETENÍA
HASTA POR FIN LOGRAR LO QUE SE HABÍA PROPUESTO.
ASÍ NACIÓ SU LEYENDA, CUYA ESENCIA AÚN SE MANTIENE INTACTA:
LA BÚSQUEDA INCANSABLE DEL MEJOR RON POSIBLE.
BRUGAL LEYENDA, UN RON EXCEPCIONAL QUE ATESORA ALGUNOS DE NUESTROS
MEJORES ENVEJECIDOS. SU AROMA Y COMPLEJIDAD DENOTAN SU EXCLUSIVA
MADURACIÓN EN LAS BODEGAS.
HAZTE INCONFUNDIBLE,
HAZTE GRANDE, HAZTE LEYENDA.
BRUGAL
•LA PERFECCIÓN DEL RON•




Façonnable
FRENCH RIVIERA
Blue Mall/ Santo Domingo/ Rep. Dominicana
809-955-3179

The MACALLAN®

El Whisky más *Preciado* del *Mundo.*

The Macallan es uno de los más excepcionales whiskies del mundo, reconocido por su calidad y distintivo carácter. Apreciado por un número creciente de conocedores y coleccionistas, The Macallan es el Single Malt líder en subastas de lujo alrededor del mundo, afianzado por "Los Seis Pilares" que lo caracterizan y los grandes premios y distinciones internacionales recibidos en su trayectoria.

The Macallan, referente mundial del sector del whisky de malta, presenta una línea para los amantes del whisky: "The 1824 Series", nombrada así en honor al año de fundación de la Destilería. Se trata de la perfecta combinación de dos de los pilares que posicionan este Single Malt entre los más distintivos y deseables; nos referimos a sus excepcionales barricas de roble y su color 100% natural.

El punto de partida para todos los whiskies de The Macallan son "Los Seis Pilares", en base a los cuales este Single Malt es artesanal y cuidadosamente elaborado en la Destilería The Macallan. El color natural es uno de estos pilares que lo definen y distinguen del resto de los whiskies.

Cada whisky The Macallan toma el color natural de la madera de la barrica en la que es madurado. Es la interacción del líquido con la barrica lo que resulta en la rica diversidad de espectro de color natural que ofrece The Macallan.

La maduración en barricas que previamente fueron curadas con Jerez, característica más distintiva que define este Single Malt, se encuentra en el Corazón de The Macallan. "The 1824 Series" es 100% madurado en barricas de Jerez, elaboradas de roble Español y roble Americano. Precisamente, estas excepcionales barricas de roble constituyen otro de "Los Seis Pilares".

La madera es un producto natural; cada árbol es diferente, y como resultado la barrica elaborada a partir del árbol imparte diferentes sabores y colores al whisky durante el añejamiento.

Esta gama de whiskies ofrece una graduación de color que va de claro a oscuro, y es el carácter de la madera que define cada expresión de sabor.

Para desarrollar esta serie, el Whisky Maker de The Macallan, Bob Dalgarno, ha evaluado diferentes tipos de barricas según el color que aportan al whisky. A medida que los whiskies se hacen más generosos y oscuros, la disponibilidad de barricas que pueden entregar este carácter, se hace más reducida y escasa.

Haciendo uso de sus grandes habilidades como Whisky Maker, Bob Dalgarno puede asegurar consistencia, a través de un manejo efectivo de la selección de barricas que entregan un espectro de color natural y carácter esenciales para The Macallan.



AMBER

Amber posee un aroma sutil, cítrico y floral, predominan algunas notas de vainilla y cebada. Se encuentran sabores a manzana verde y limón que se unirán con el especiado de la canela. También toques de jengibre y esencia de roble que caracterizan las barricas de jerez en esta serie. Descansa en barricas de roble español y americano en las que se madura jerez para brindar un color 100% natural que lo describe como Amber.



SIENNA

Sienna se percibe cálido y persistente; de rico aroma a vainilla con matices de naranja, que adquieren frescura y equilibrio gracias a las manzanas verdes. Su textura densa y suntuosa, con elegantes notas de roble, recuerdan a las trufas de chocolate blanco. Los dátiles, higos y uvas pasas invaden también el paladar junto con la nuez moscada y el jengibre. Su final es suave, delicado y cálido.

Dado que 60% del aroma y sabor de The Macallan es resultado de la maduración en barricas de roble, "The 1824 Series" es una oportunidad genuina de mostrar el crítico rol de estas barricas excepcionales en el resultado final del whisky, indistintamente de los años de maduración transcurridos.

"The 1824 Series" consta de tres expresiones de whisky: Amber, Sienna y Ruby, nombres que reflejan el color de cada uno de los whiskies de la gama, inspirados en elementos presentes en la naturaleza en su estado puro.

The 1824 Series: 100% envejecido en barricas de Jerez, 100% color natural: 100% The Macallan





The 1824 Series

Inmersos en un firme compromiso con la más robusta política de madera en la industria, "The 1824 Series" muestra el estilo característico de The Macallan, afianzado en "Los Seis Pilares" que lo han posicionado como uno de los más excepcionales whiskies de malta.



RUBY

En Ruby el roble español despierta la nariz antes de dejar que lo haga la intensidad de los frutos secos y unas atrevidas gotas de miel. Su sabor es dulce, con ráfagas de jengibre, nuez moscada y resina, que acompañan a la presencia de la naranja y las uvas pasas. El aroma a jerez es el maestro indiscutible. El final de este espíritu de color rojo rubí es largo, persistente y reflexivo.

LOS SEIS PILARES

Las claves de la Maestría en los Espirituosos y la Madera son "Los Seis Pilares" en los que se cimienta la reputación sin par de The Macallan. Profundizar en estos pilares nos lleva a un fascinante viaje por el tiempo, los lugares y los procesos:

(I) **El Hogar Espiritual** es "Easter Elchies", una mansión construida en 1700, ubicada en el corazón de la Destilería. (**II**) **Alambiques curiosamente pequeños** de cobre que permiten un reparto homogéneo del color y son los más pequeños de Escocia. (**III**) **El corte más preciso:** The Macallan solo selecciona el 16% del destilado recogido en los alambiques; el corte más fino y pequeño en la industria. (**IV**) **Excepcionales barricas de roble** elaboradas con procesos artesanales a partir del mejor roble europeo y americano; The Macallan realiza la mayor inversión en barricas de la industria. (**V**) **Color Natural** resultado de la interacción del espirituoso con la madera; y (**VI**) **El Whisky más preciado del mundo** con grandes premios y distinciones internacionales que lo afianzan como el mejor whisky de malta del mundo.


Henn
CRAFTING
SINC
250
1765
Never Stop.
CELEBRATING ITS 250TH ANNIVERSARY HENNESSY
THANKING THOSE WHO HAVE EMBRACED THE
HENNESSY.COM
El exceso en el consumo de alcohol es perjudicial para la salud. Ley 42-01.


nessy
THE FUTURE
E 1765
ennessy
WHITE
COGNAC
V·S·O·P
Hennessy
COGNAC
Hennessy
250
Never Settle.
EMBARKS ON A WORLDWIDE TOUR OF EXCELLENCE
BRAND SINCE 1765. JOIN US ON THIS EPIC JOURNEY.
DE VENTA EN
LA ENOTECA
DISTRIBUYE
VINOS
809 227 VINO | 8466
VINOS.COM.DO

CASAdeCAMPO
RESORT & VILLAS

POLO CHALLENGE

DOMINICAN REPUBLIC

★ ★ ★ 2016



Ropa Oficial :

LA MARTINA

Medios Oficiales :

¡HOLA! REPÚBLICA DOMINICANA

REVISTA MERCADO



PRESENTAN

ENERO - ABRIL

www.polochallenge.net

Gentleman REPÚBLICA DOMINICANA

DELEITE MAGAZINE

elDinero
Periodismo económico y financiero responsable

affiexpress
Publicidad Exterior





Hay un mundo exclusivo del cual usted puede ser parte.
Solicite The Platinum Card®
llamando al 809.227.3182

"En Milán fuimos a un teatro donde conseguir entradas es muy difícil."

SERVICIO DE CONCIERGE PREMIUM

Esa es la belleza de mi Platinum Card. Incluye su propio servicio de conserjería, un dedicado equipo de expertos en servicio al cliente, quienes se aseguran de que mi vida sea mucho más fácil. Siempre están dispuestos a ayudarme con arreglos para entradas a eventos deportivos o teatros, y hasta con el envío de flores y regalos para no dejarme perder ningún aniversario importante.
Sé que donde sea que voy, me van a tratar de una forma especial.

PROGRESO

AMERICAN EXPRESS®

Para términos y condiciones visita www.progreso.com.do • www.americanexpress.com.do
American Express es una marca de American Express. Las Tarjetas son emitidas por Banco del Progreso bajo licencia de American Express.

NÚMERO 7
NOVIEMBRE 2015 RD$200.00

Gentleman

EL VALOR DE LA ELEGANCIA



RAMÓN H. MEJÍA
EL CABALLERO DE LAS FRUTAS

HISTORIAS DE HÉROES

Cuando el hombre todavía no se ha 'disfrazado' de tal en la adolescencia, cuando es considerado todavía un niño por los que le rodean –en ocasiones tarda tanto en desaparecer que nos acompaña durante toda la vida–, se ampara casi siempre en la figura de un héroe, ese ser capaz de hacer que cualquier problema se solucione, que siempre tiene la palabra y el gesto oportuno para dejar al infante extasiado ante su imagen. Aunque la primera figura retórica es la del padre, la literatura y el celuloide –muchas veces un binomio inseparable– ha generado muchos de esos héroes de la infancia que han trascendido generaciones y aventuras. Uno de ellos ha hecho que su protagonista, Harrison Ford, haya dejado de ser un mortal como el resto de nosotros para convertirse en el héroe, y no solo de los más jóvenes sino también de los hombres (y mujeres, por supuesto). *Indiana Jones* no solo ha estado presente en nuestras vidas en forma de saga cinematográfica de primer nivel, sino que el personaje nunca se despegó de la piel de Ford, quien hoy también hoy puede decir que hace unos meses hizo por un día de héroe cuando evitó un serio incidente mientras pilotaba un avión de época, en el que su pericia no solo le salvo la vida sino probablemente la de otros.

Pero hay héroes también de carne y hueso, desde gente anónima a figuras cuya imagen se convierte en un referente al que muchos quieren parecerse. Un ideal que en muchas ocasiones está vinculado a principios de elegancia y en otros simplemente a tendencias. Entre todos ellos, a mí la figura de David Beckham me llama tanto la atención como genera ese efecto del héroe. Ha pasado de deportista de élite a icono de estilo, pero él, como los héroes, no ha cambiado. En todo caso, su elegancia y saber estar le han encumbrado a ese Olimpo de 'héroes' reales que son capaces de llegar al corazón de niños y adultos. Sin distinciones. ¿Y pueden ser los héroes elegantes? La duda ofende... es obligatorio que su porte y compostura así lo sean. La elegancia no obedece a una determinada condición, es una actitud que hay que alimentar constantemente, como los héroes están siempre vigilantes. Y esa actitud es la que hace diferente el momento y también lo que atrae a los demás.

En este número nos hemos permitido algún consejo para las noches de fiesta y también un repertorio de regalos que tienen el éxito asegurado. Y si alguna vez se han sentido tentados, prueben a que en su manual de elegancia entren elementos de la Dolce Vita. Será la culminación del año. Y no lo olviden: todos llevamos un héroe en nuestro interior. Eso sí, muy elegante.




Alta expresión de la variedad
Tinto fino
EMILIO MORO
BODEGAS
1972
MALLEOLUS
2011
EMILIO MORO
BODEGAS
El exceso en el consumo de alcohol es perjudicial para la salud. Ley 42-01.
DE VENTA EN
LA ENOTECA
DE VINOS
DISTRIBUYE
VINOS
809 227 VINO | 8466
VINOS.COM.DO

CONTENIDOS 12.2015



50
HARRISON FORD

Vuelve, con la séptima entrega de *Star Wars*, el héroe de nuestras vidas.



G-MANÍA

24 APERTURA
BIENVENIDO A CASA
Texto **L. Vázquez**

26 ACCESORIOS
UN OTOÑO SOFISTICADO
Fotografía **Guido Ataroni**
Estilismo **Simonetta de Pasca**

28 AVENTURAS
ARQUITECTOS DE LA IMAGINACIÓN
Texto **Teresa López**

30 BREVES
A MEDIAS

PORTADA LOCAL

32 RAMÓN H. MEJÍA
EL CABALLERO DE LAS FRUTAS
Texto **Onysela Valdez**
Fotografía **Fernando Calzada**

NOMBRES PROPIOS

40 MARC TIERNAY
GÉNESIS RESURGE
Texto **Elena Crespo**
Fotografía **Suresh Severgnini**

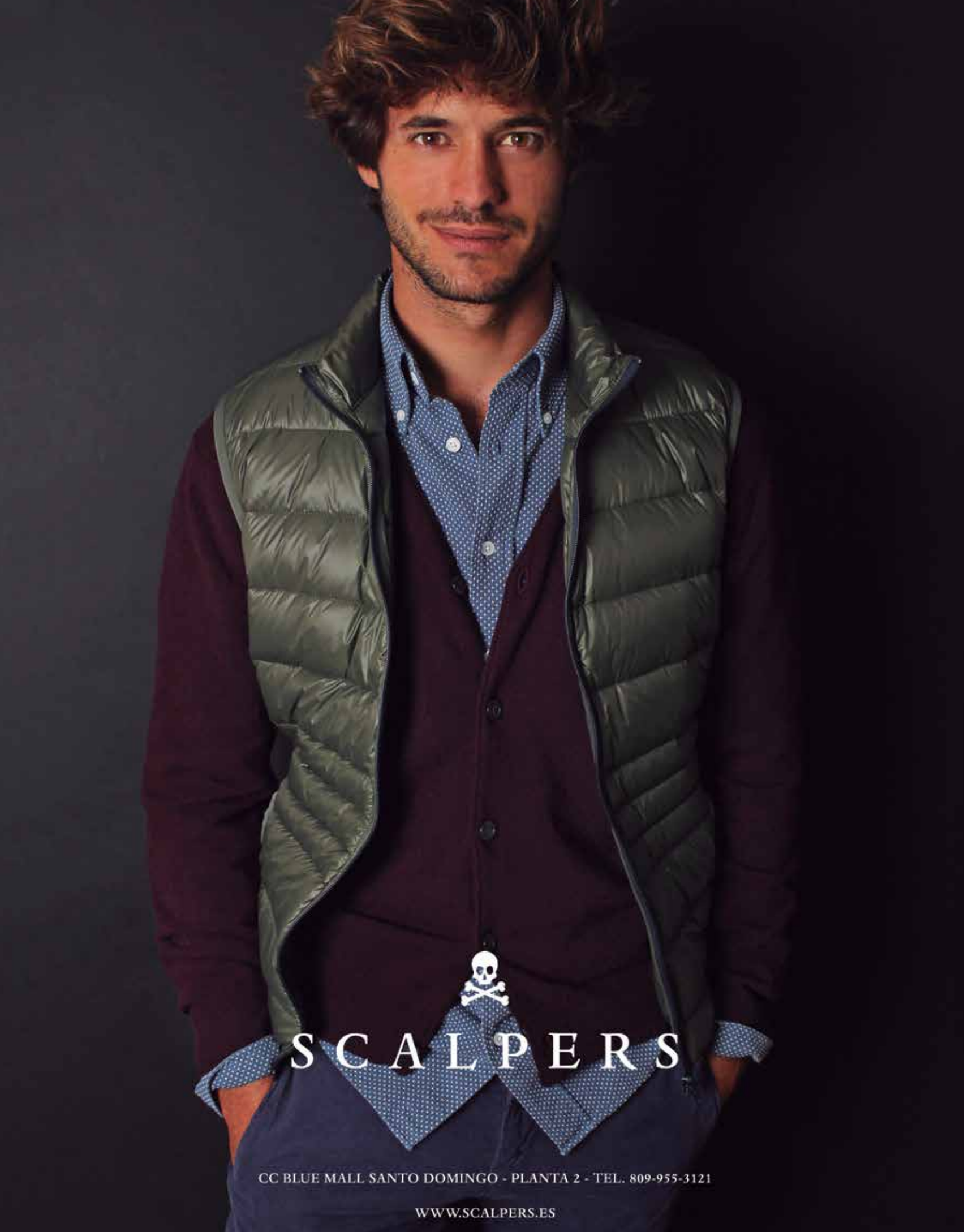
42 CARLOS MARTÍN
ALMA ESCOCESA
Texto **Elena Crespo**

44 JOSÉ FRANCISCO ARATA
EL ATRACTIVO DEL GOLF
Texto **Elena Crespo**
Fotografía **Suresh Severgnini**

46 NELSON BARRERA
UN MUNDO EN SUEÑOS
Texto **Elena Crespo**

PORTADA

50 HARRISON FORD
LA ÉTICA DEL HÉROE
Texto **Irene Crespo**


SCALPERS
CC BLUE MALL SANTO DOMINGO - PLANTA 2 - TEL. 809-955-3121
WWW.SCALPERS.ES

CONTENIDOS 12.2015


78


82


86

REPORTAJES

56 LA MODA COMO ARTE
Texto **Julia Urgel**
Fotografía **Benjamín Decoin**

60 LA REVANCHA DE LOS PEQUEÑOS
Texto **Fabio Petrone**

64 BECKHAM CLUB
Texto **Pedro Estrada**

BAZAR

68 REGALOS & SUEÑOS

VIAJES

78 ZANZÍBAR, ENTRE ÁFRICA Y ORIENTE
Texto **Delia Gargo**
Fotografía **Juan Serrano Corbella**

MOTOR

82 TEST: MINI CLUBMAN
Texto **Juan Parra**

MODA

84 VIGENCIA DEL SMOKING
Texto: **Samantha Primat**
Ilustración: **Damiano Groppi**

86 LA DOLCE VITA
Fotografía **Giovanni Squatritti**
Estilismo **Giuseppe Ceccarelli**

92 FRAGANCIAS: SEDUCCIÓN
Fotografía: **Gema López**
Texto: **Lucía Heredero**

RELOJES

94 OMEGA: LA PRUEBA DEL 8
Texto **Ricardo Balbontín**

GOURMET

98 MOMENTOS ÚNICOS
Fotografía **Gema López**
Estilismo **Berta Fernández-Abascal**

100 PROTOS: EL ARTE DE CULTIVAR LA VIDA

102 ¿DÓNDE VIAJAN NUESTROS CHEFS?
Texto **Onysela Valdez**

108 EL LUGAR DE LOS AMANTES DEL WHISKY

PROPUESTAS

110 EN MANOS EXPERTOS

112 AVENTURA DOMINICANA
Texto **Dayanira Pappaterra**

SECCIONES

114 RSVP
118 ESTRENOS
120 AGENDA
122 ICONOS
ORSON WELLES
Texto **Miguel Polo**



BOUTIQUE PAUL & SHARK
Blue Mall Santo Domingo , Piso 1.
Tel. 809-955-3288 / Av. Winston Churchill #95,
Esq. Gustavo Mejía Ricart, Ens. Piantini.

Gentleman
REPÚBLICA DOMINICANA

LUXURY MEDIA S.L.

|FUNDADOR|
José Antonio Revilla

|DIRECTOR GENERAL|
Ricardo Balbontín

|DIRECTOR EDITORIAL|
Fernando Rimblas

|DIRECTOR CREATIVO|
Alberto Torés

GENTLEMAN REPÚBLICA DOMINICANA

|DIRECTORA EJECUTIVA|
Cristina Rovira Calisalvo

|EJECUTIVA DE CUENTAS|
Genevet Gutiérrez

|DIRECTOR DE ARTE|
CDI Design
cuadernodeideas@yahoo.es

|COLABORADORES|
Raúl Cohen (Comunity Manager), Elena Crespo y Onysela Valdez (Redactoras), Guido Ataroni, Giuseppe Ceccarelli, Irene Crespo, Pedro Estrada, Berta Fernández-Abascal, Juan Luis Gallego, Delia Gargo, Giuseppe Grosso, Lucía Heredero, Luis Ini, Teresa López, Deyanira Pappaterra, Juan Parra, Simonetta de Pasca, Fabrio Petrone, Miguel Polo, Samantha Primat, Julia Urgel y Julie Turcas.

|ILUSTRACIÓN|
Del Hambre, Fernando Vicente y Damiano Groppi.

|FOTOGRAFÍA|
Fernando Calzada, Juan Serrano Corbella, Benjamín Decoin, Gema López, Yumil Muro, Mario Pérez, Juan Rodríguez, Massimo Sestini, Suresh Severgnini,
Giovanni Squatritti, Guillermo Uña, Gilles Marie Zimmermann.

|AGENCIAS|
Associated Press, Contacto, Corbis, Cordon Press, Getty Images, IFA y Magnum Photos.

|REDACCIÓN Y PUBLICIDAD|
Avenida Roberto Pastoriza #158, Torre Air Europa, Segunda Planta, Santo Domingo, República Dominicana.
Tel.: 809-544-1882

COORDINACIÓN Y ADMINISTRACIÓN
Angelys Jiménez **administracion@Gentleman-Rd.com**

IMPRENTA
Editora Corripio. *Calle A, Esq. Central, Zona Industrial Herrera, Santo Domingo, D.N.*

DISTRIBUCIÓN
Domex. *Calle Plaza La Trinitaria #4, El Millón, Santo Domingo, D.N. Tel.: 809-616-6633*

GENTLEMAN® ES UNA MARCA REGISTRADA POR MILANO FINANZA, (MILÁN, ITALIA).

GENTLEMAN REPÚBLICA DOMINICANA ES UNA PUBLICACION EDITADA POR LUXURY MEDIA SRL. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS.
AVENIDA ROBERTO PASTORIZA #158, TORRE AIR EUROPA, SEGUNDA PLANTA, SANTO DOMINGO, REPÚBLICA DOMINICANA. TEL.: 809-544-1882
EMAIL: INFO@GENTLEMAN-RD.COM
WWW.GENTLEMAN-RD.COM
REDES SOCIALES: @REVISTAGENTLEMANRD

FOTOGRAFÍA DE PORTADA DE STEVE SCHOFIELD / CONTOUR BY GETTY IMAGES.
FOTOGRAFÍA DE SEGUNDA PORTADA: FERNANDO CALZADA.

LA REVISTA GENTLEMAN NO SE HACE RESPONSABLE DE LAS OPINIONES DE SUS COLABORADORES.
TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. QUEDAN EXPRESAMENTE PROHIBIDAS LA REPRODUCCIÓN, LA DISTRIBUCIÓN Y LA COMUNICACIÓN PÚBLICA, INCLUÍDA SU MODALIDAD DE PUESTA A DISPOSICIÓN, DE LA TOTALIDAD O PARTE DE LOS CONTENIDOS DE ESTA PUBLICACIÓN CON FINES COMERCIALES, EN CUALQUIER SOPORTE Y POR CUALQUIER MEDIO TÉCNICO, SIN LA AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA EDITORA DE LA PUBLICACIÓN, LUXURY MEDIA S.R.L.

DEPARTAMENTO DE SUSCRIPCIONES: SUSCRIPCIONES@GENTLEMAN-RD.COM

TOYOTA

SEGURIDAD,

DESTREZA Y FORTALEZA.



RAV4 2016

★★★★★

SECURITY RATING-NCAP

"UNA PERSONA **FUERTE** ES AQUELLA QUE PUEDE SENTIRSE **SEGURA** DE SÍ MISMA EN CUALQUIER SITUACIÓN."

- M. Dimitrova

Maria Dimitrova

3ra. en el Ranking Mundial
World Karate Federation

5to Dan Shito Ryu Shito Kai

"TE AYUDAMOS A LLEGAR DONDE QUIERES IR"

TOYOTA | LEXUS

Delta Comercial, S. A.

Av. R. Betancourt esq. Luperón, Tel.: 809-620-3000 / Fax: 809-518-1202, Delta Santiago, Tel.: 809-295-6000 · www.deltacomercial.com.do

DISEÑO





1 **IXILON.** Silla en haya tintada termotratada o calada. Revestimiento en tela. Como todos los productos de **Roche Bobois**, se pueden realizar en una larga selección de materiales, colores y dimensiones.

BIENVENIDO A CASA

DISEÑO Y FUNCIONALIDAD EN UNA EXQUISITA COLECCIÓN DE MUEBLES DE HOGAR.

TEXTO L. VÁZQUEZ.

2 **CIRCA.** De la misma familia que Ixilon, con un diseño con un punto retro. Disponible, igualmente, en **Roche Bobois** en distintos materiales y colores.



3 **LIETO.** Perteneciente a una colección de inspiración escandinava, que incluye también un aparador, esta mesa de comedor ha sido dieseñada por Roberto Tapinassi & Maurizio Manzoni. Disponible en **Roche Bobois** en diferentes tamaños.



4 **INTERMEDE.** Sofá revestido de piel, en gris claro, ergonómico y con un diseño moderno pero funcional. Diseñado por Sacha Lakic para **Roche Bobois**.

5 **HAMPTON.** Pertenece a la nueva línea de gama de **Calligaris**, cuenta con un diseño clásico-moderno, con un cabecero capitoneado y líneas rectas y definidas en su marco. Estilizada y elegante.





6 **POLTRONA LAZY.** La conjugación del diseño con lo confortable y ergonómico hacen de esta sillón de **Calligaris** una pieza única en su estilo. Con una gran variedad de acabados y colores, tanto en telas como en piel, y la pieza de madera o metal.

7 **OVNI.** Un cono que reposa sobre una base para dar la impresión de un volumen en equilibrio. En metal y en diferentes dimensiones, diseñada por Vincenzo Maiolino. En **Roche Bobois**.



UN OTOÑO SOFISTICADO

PIEL DE COCODRILO, BRILLANTE O MATE, PARA ENNOBLECER LOS COMPLEMENTOS.

FOTOGRAFÍA GUIDO ATARONI
ESTILISMO SIMONETTA DE PASCA



Desde arriba, en sentido horario: **BERLUTI:** Maletín de cocodrilo, con bolsillo de cremallera. *(c.p.v.)*. **MORESCHI:** De cocodrilo, con dos compartimentos internos *(12.700 $)*. **ERMENEGILDO ZEGNA:** Cinturón en piel de caimán marrón *(1.000 $)*. **CORNELIANI:** Cinturón de cocodrilo *(635 $)*. **BOTTEGA VENETA:** Bolsa con asas en piel de cocodrilo, color ébano *(c.p.v.)*. **BALLY:** Maletín en cocodrilo con multiorganizador en el interior *(31.775 $)*.

RE—
VIVE
NATUZZI

IN THIS SPACE YOU WILL LOVE DOING NOTHING.

Life is a blur. A rush. Try doing nothing. It's time well spent. Introducing Re-vive, the world's first performance recliner. A chair that is almost human, mimicking your every movement. Flexing as you change position, supporting your body and mind in a fluid dynamic form Recline, Relax. Love Doing Nothing.

NATUZZIREVIVE.COM



Made in Italy.

Come and experience Re-vive.

Max Henriquez Ureña No. 61, Piantini, Santo Domingo, Republica Dominicana
809.565.0916 • **info@natuzzi.com.do**

NATUZZI
ITALIA



ARQUITECTOS DE LA IMAGINACIÓN

EL PALACIO DE EDWARD JAMES Y PLUTARCO GASTÉLUM ES UN JARDÍN DEL EDÉN EN MEDIO DE LA HUASTECA POTOSINA. LA FILOSOFÍA *OUT THERE* DE CARRERA INVITA A EXPLORAR EL PARAÍSO SURREALISTA.

TEXTO TERESA LÓPEZ

ES UN MUNDO IMPOSIBLE donde las escaleras no llevan a ningún lado, largos bambúes de concreto homenajean a la naturaleza viva y no se sabe si las construcciones emergen o se sumergen entre la maleza.

El Jardín Surrealista del millonario Edward James y su cómplice, Plutarco Gastélum, es un monumento destinado a perderse en la naturaleza, pero no en la memoria. La ruina edificada en la Huasteca potosina surgió en los años 40 como refugio para un hombre que encontró su libertad en medio de lo desconocido. Al recibir la descomunal herencia de su padre se dedicó a viajar; no era un vago, más bien le dio forma a un sueño. Como escenario, el mecenas del arte de Dalí y gran amigo de Leonora Carrington eligió el pueblo mágico de Xilitla y, junto con su mejor amigo —y amor secreto, según cuenta la investigadora Irene Herner en su libro Edward James y Plutarco Gastélum en Xilitla—, erigió un jardín onírico.

Un cine de eterna permanencia voluntaria, con infinitas películas que protagonizan los pájaros y el viento, chimeneas sin fuego, y caídas de agua del arroyo de La Conchita. Humedad, vegetación y neblina fueron los materiales con los que Edward construyó su hogar. Hoy es uno de los principales atractivos de la Huasteca y un *check-in* obligado en el "lugar de caracoles". Una aventura digna de verse a través de la nueva filosofía de Carrera. Como James, la pasión lo hacía imparable, curioso e intrépido. La misma ideología que dicta la firma bajo el lema *Out there*.







LA NATURALEZA Y LA AVENTURA SE UNEN EN LA MÁGICA HUASTECA POTOSINA. El lema de la firma de lentes carrera, *out there*, cobra sentido. Para más información, visita **carreraworld.com.mx**

Uno siempre regresa a los lugares donde amó la vida, dice la canción. Y, sin duda, Edward amó México durante los 40 años que duró la construcción de su castillo. Pero en la Huasteca hay mucho más que ver. Para los que se atreven a hacer lo que les dicta el corazón y arriesgarse a probar cosas nuevas, está la visita al Sótano de las Huahuas, un abismo donde se lleva a cabo un majestuoso ritual de golondrinas fluorescentes. Los primeros pasos son entre un sendero de cafetales que unen sus copas y forman un túnel natural. El paiasaje lo conforman los frutos rojos del café en contraste con los verdes, aún por madurar.

Naturaleza frondosa, huahuas sobrevolando la zona y, finalmente, el sótano como un mirador natural. Una vista de 478 metros de profundidad que suman dos tiros verticales. Para Carrera, los que están *Out there* son los que se asoman a ese vértigo. La espontaneidad y la pasión estampadas en cada par de lentes Carrera. Es una forma de vida, un punto de vista extremo.

¿Cuándo fue la última vez que hiciste algo por primera vez? Para responder, habrá que visitar la Huasteca potosina

LANCO

PINTURA 3-EN-1

Base + Pintura + Sellador

Dry-Coat™

Con dos capas de nuestra pintura 3-en-1 Dry-Coat™ obtienes: la base para un acabado más liso, un sellador para proteger contra la humedad y pintura del color que desees, para exterior o interior. ¡Todo con un solo producto!



ELIMINAN 100% las filtraciones

Para usos **INTERIOR/EXTERIOR**

RESISTENTES a la humedad 10 PSI

BAJO OLOR

Sella al **INSTANTE**

Gama de **COLORES**

Disponible en todas las ferreterías, tiendas de pinturas y supermercados del país. | Teléfono: 809.826.26.26 | www.lancopaints.com

A MEDIAS

COLABORACIONES ENTRE PRESTIGIOSAS FIRMAS PARA CREAR PRODUCTOS DIFERENTES CON LO MEJOR CADA CASA.



Llavero.



Gafas de sol plegables.

APPLE & HERMÈS



Los nombres Apple y Hermès unidos solo pueden dar productos tan especiales como este. Se trata del Apple Watch Hermès, una nueva colección de relojes de la firma de la manzana con caja de acero inoxidable y diferentes correas de piel de corte artesanal totalmente únicas de Hermès. Innovación y tradición unidas *(desde 1.025 $).* www.apple.com / www.hermes.com



La correa está disponible en diversos modelos.

ST DUPONT & THE ROLLING STONES

ST Dupont ha querido rendir tributo a los Rolling Stones con el lanzamiento de una colección de complementos realizados en laca negra y paladio. El diapasón de la guitarra de Keith Richards en las estilográficas *(1.580 $);* el mítico emblema de la banda en los mecheros *(127 $)*... Una colección rockera creada por maestros orfebres y lacadores. www.rollingstones.st-dupont.com



ZEGNA & MASERATI



Guantes de conducir.

Otra colaboración entre dos marcas punteras. Ermenegildo Zegna y Maserati han creado una colección cápsula especial de prendas de cuero y complementos diseñada para celebrar el lanzamiento de la tapicería interior Zegna, que estará disponible en todos los modelos Maserati Ghibli y Quattroporte.

www.zegna.com / www.maserati.es





RIMOWA & STEIFF

Parecía solo cuestión de tiempo que dos empresas alemanas de tal magnitud, la firma de maletas Rimowa y la de juguetes Steiff, se unieran en un objetivo común. A partir de este otoño, sale a la venta, por primera vez, una exclusiva colección especial de maletas Steiff Rimowa para trotamundos jóvenes y mayores. Un oso de peluche Steiff caminando adorna la carcasa de la maleta de aluminio plateada del modelo Classic Flight de Rimowa. Además, incluye un oso colgado del mango para hacerla más visible *(1.048 $)*

www.rimowa.com / www.steiff.com


paragourmet
todo para cocina
WÜSTHOF
WÜSTHOF
Av. Charles Sumner 51, Los Prados
Santo Domingo, DN
T 809.476.0203 F 809.476.0220
www.paragourmet.com

TEXTO ONYSELA VALDEZ

FOTOGRAFÍA FERNANDO CALZADA

RAMÓN HIPÓLITO MEJÍA
PRESIDENTE DE R H MEJÍA & CO

"NO ES POSIBLE EL ÉXITO SI NO HAS FRACASADO"

UN APASIONADO DEL NEGOCIO DE LA AGRICULTURA QUE CON MÁS DE 20 AÑOS DE ARDUO TRABAJO HA POSICIONADO LA EMPRESA QUE DIRIGE JUNTO A SUS HERMANAS COMO LA PRINCIPAL IMPORTADORA DE FRUTAS DE LA REPÚBLICA DOMINICANA. SUS MERCANCÍAS SON LAS PROTAGONISTAS EN LOS SUPERMERCADOS Y ESPECIALMENTE EN NAVIDAD.

SE MUEVE CON RAPIDEZ y determinación, cual pez en el agua, por las instalaciones de R H Mejía & Co. En su recorrido matinal por las oficinas, el almacén y cuarto frío para supervisar, delegar, dirigir y tomar decisiones, saluda a todos los empleados de forma cálida, con fuerte apretón de manos y siempre sonriendo y llamándolos por su nombre. La forma en que le responden evidencia que no se trata de un gesto posado, improvisado y mucho menos fingido.

"Eso se trae en la sangre, para mí es orgánico. Es que no lo concibo de otra manera. Una persona que trabaje conmigo es como mi familia, la mayoría tiene toda la vida aquí, la gente no se quiere ir y hemos logrado un ambiente de camaradería y un sentido de equipo. Pero, obviamente, tienes que tratarlos adecuadamente a nivel financiero, económico y personal. Me gusta ser quien soy con todo el mundo. Creo que es parte de mi educación".El mismo trato afable tiene con sus clientes más humildes. Nos llamó la atención cuando una vendedora de la calle, que llegó a por un pedido, lo saludó como a un pariente contándole sus cotidianidades y peripecias para defenderse de alguien que quiso atacarla en su puesto de ventas. Es el mayor de los cuatro hijos de Rosa Gómez e Hipólito Mejía.

¿Qué ha significado para usted ser hijo de un presidente del Gobierno?

Siempre he querido buscar mi propia luz, mucho antes de eso. Más que el hijo del ex presidente yo fui toda la vida el hijo de Hipólito y Rosa, lo que para mí es un orgullo. Entre los valores que me han marcado al ser criado por mis padres está el de la humildad. En mi casa siempre me enseñaron a tener una humildad de espíritu, no la que aparentas. El mundo político yo no lo voy a juzgar porque tiene intereses y ese tipo de cosas y yo no lo voy a cambiar. Ahora, dentro de mi casa no podía inventar nadie con la ley ni con pasarse de la raya.

¿Cómo ha manejado la presión mediática?

Nunca me ha importado porque yo estoy muy seguro de lo que soy y el que me etiqueten con una cosa u otra no me causa el más mínimo problema. El ser el centro de crítica nos tomó en una edad madura y fue manejable, sobre todo porque nuestras conciencias estaban limpias y tranquilas, y eso es demostrable. Eso puede confirmarse, buscarse, lo que quieras. Un hijo de Hipólito y Rosa no hizo el más mínimo negocio con el Estado ni tuvo un testaferro, ni tuvo obra ni nada. Este circo de hoy, ese buscársela con el Gobierno, nunca fue el caso de los cuatro hijos de mis padres. Y tuvimos muchísimas ofertas que nos pudieron haber tentado, pero había una cosa clara, que teníamos nuestros principios y papá ha sido muy estricto siempre.

Nació y creció entre cultivos y un padre que amaba la agricultura. ¿Eso hizo que también se inclinara por la agronomía?

Pienso que sí. Crecí yendo al campo de mi abuela materna, Gregoria, en Gurabo, Santiago, y el hecho de haber crecido con un padre agrónomo que nos llevaba desde pequeños al campo a mí y a mi hermano Felipe y haberme pasado todas las vacaciones en el campo me identificó mucho con la tierra. Estudié Agronomía en la PUCMM y luego me fui a hacer un MBA en Estados Unidos (del 89 al 91) en la Universidad de Carolina del Sur. Allí hice mi pasantía en la fábrica Hanes. Siempre tuve bien claro que quería especializarme en el área de negocios de la agronomía, no el área de producción. Al regresar, trabajo un año con Dole Food Company, que tenían una finca de piña en Cotuí, y aprendí muchísimo. Posteriormente, me lanzo a la aventura de independizarme.

20 años de éxitos, precedidos por unos tantos de fracaso.

En 20 años he ido armando mi estructura. Pero no ha sido simple. Tener cuartos fríos aquí, furgones allá... Ahora miro atrás y me río, pero no fue fácil al inicio. Atravesé por unos años donde me sentía un fracasado, que había tocado fondo. No era fácil ese sentimiento. Hoy me puedo reír porque sé que me sirvieron para lo que he logrado. Oye una cosa: ¡No hay manera de tener éxito si primero no has fracasado! Una de esas experiencias fallidas fue en los



En su hábitat natural, entre cajas de frutas, **Ramón H. Mejía** posa para Gentleman.

años 89-90 en Jarabacoa. Trabajé con mi padre en unos invernaderos, lo que tú ves ahora que está de moda nosotros fuimos los pioneros en cultivar ajíes morones y tomates. Obviamente, tuve una gran experiencia pero a nivel de negocio no me fue bien. Yo recuerdo que bajábamos un camión de tomates repleto y óyeme eran cheles lo que tu hacías ¡Dios mío! Te pasabas tres meses bregando con insectos y demás vicisitudes y las ganancias no eran nada. Del 92 al 95 fueron los años más difíciles para mí. Yo, el mayor de mis hermanos y aún soltero, tenía que vivir con mis padres. Recuero que mi papá me llamaba "el jamón" (solterón). En esa época papá me presta 30.000 dólares y pierdo una buena parte en los próximos años".

Pero Ramón Mejía no se da por vencido. No abandona su pasión ni su meta de convertirse en un grande del negocio. Conocedor de principios y claves para el éxito por su confesa devoción por lo libros de superación personal, tuvo la inteligencia y paciencia para esperar el momento oportuno y saber identificarlo. "Si usted pasa muchos años quejándose y usted no hace nada para romper esa queja, entonces usted es el culpable. Yo tenía que romper con el mito de que los productores siempre quedan abajo y una forma fue: que si vas a saber vender tiene que convertirte en tu propio intermediado".

¿En qué momento todo empieza a brillar?

En el 95 se me da la oportunidad de negociar con Dole, fruto de las buenas relaciones que hice años atrás cuando trabajé para ellos. En marzo de ese año me llegan mis dos primeros furgones con peras y manzanas y todo empieza a despuntar. Recuerdo con mucha emoción cuando llegaron los dos primeros furgones de Chile que se vendió en 15 días y sobrepasaban casi los 2 millones de pesos. Yo dije: ¡Bueno, ya yo encontré lo mío!

¿Cuáles fueron las claves de ese éxito?

El mercado estaba increíblemente favorable y eso yo no lo podía predecir, fue una suerte. Yo sí sabía que el mercado dominicano estaba deseoso de cosas nuevas, de cosas frescas, de cosas no tradicionales. Los supermercados estaban en un proceso de cambio y modernización, las aperturas de las aduanas, la organización fiscal de las facturas. Se estaban dando procesos políticos, económicos y sociales que contribuyeron a que el consumidor se fuera convirtiendo en el rey del mercado de manzanas, peras y uvas. Estas se hacen más asequibles. De dos furgones con los que empezamos, hoy día vamos por 450.



El empresario, en su almacén de frutas, donde conoce por el nombre a todos sus empleados.

"HEMOS TRATADO DE QUE EL CONSUMIDOR RECIBA EL MEJOR PRODUCTO AL MEJOR PRECIO. POR ESO HEMOS CRECIDO MÁS DEL 20% EN LOS ÚLTIMOS AÑOS"

¿Cuáles son sus principales estrategias para este modelo exitoso de negocio?

Siempre voy viendo qué me permite el libre comercio dentro de la ley para ver qué puedo darle al mercado que tenga valor y tengo que interpretar si el mercado está dispuesto a pagar por ello. Hemos tratado de que el consumidor reciba el mejor producto al mejor precio, por eso hemos crecido mucho en los último años, más del 20%. Nuestro país tiene muchas aéreas para crecer en las que no es necesario importar, pero hay algunos renglones donde ya le es difícil producir algo de calidad.

Su empresa es la responsable de importar desde Chile los limones grandes amarillos, las mandarinas pequeñas súper dulces y esas naranjas de color tan perfecto e intenso que estamos viendo desde hace unos meses en los supermercados. Esas frutas que parecen artificiales de tan vistosas y que son muy utilizadas en elaboración de platos y mixología, como el caso del Gintonic, han sido toda una sensación. Su aporte nutricional también está muy bien valorado.

"El caso de los cítricos dominicanos viene

DISCOVER THE BEST PLACE TO SHOP



vineyard vines · JOE'S JEANS · Psycho Bunny · DIESEL · G-STAR RAW · SWIMS

@kienfashionstore

- Calle Victor Garrido Puello #14,Piantini 809-566-3031
- Blue Mall Santo Domingo, Tercer Nivel 809-955-3052







De smoking, bromeando, frente a un puesto ambulante de frutas.

en deterioro porque hay una enfermedad que les ha dado muy fuerte. Eso es algo que viene desde hace mucho tiempo y nuestras naranjas en especial han sido muy golpeadas. Entonces uno, como consumidor, a falta de un buen cítrico, nos llevó a hacer propuestas al Ministerio de Agricultura que se tomaron dos años en aprobarlas, en el caso de las que estamos importando hoy en día desde Chile, que es un país con muchos controles. Pero finalmente lo logramos y la gente me paraba en la calle para darme las gracias por traer esas naranjas, algo que nunca pasó con las manzanas".

Aunque las manzanas son el buque insignia de su compañía, nos muestra con orgullo las coquetas cajas de madera que diseñó hace años para una de sus uvas selectas con el rostro de pequeña de su primogénita Rosalía. Entrar a sus contenedores y al almacén es estar en el paraíso de las frutas. Peras, uvas, pomelos, limones, naranjas, mandarinas y por supuesto manzanas. El olor y los colores se convierten en una agradable experiencia para los sentidos. Y de manzana, su fruta favorita, ¡vaya que sabe!

"De las manzana rojas yo importo hasta 14 variedades. Un dato importante es que la manzana roja que esté arenosa se manejó mal en la cadena de frío. Una manzana mía siempre esta jugosa y crujiente. Te cuento que las manzanas rojas mientras más intenso es el color más caras son. Se trata de un negocio delicado, muy complejo pero muy interesante, y esto se ha logrado gracias a la competencia abierta que ha permitido la evolución del nivel de exigencia del consumidor".

> "NAVIDAD ES EL 50% DE LAS VENTAS DEL AÑO. ES UNA ÉPOCA MUY INTENSA EN LA QUE UN ERROR TE TRONCHA HASTA EL 10% DEL NEGOCIO"

Me imagino que en esta época, como decimos en buen dominicano, ustedes "guisan".

Navidad es el 50% de las ventas de todo el año. Se convierte en una época muy intensa. Cada decisión que tengo que tomar es crucial. Un sencillo error te troncha hasta el 10% del negocio. Pero antes del año 2000 estos productos se consumían en Navidad prácticamente: manzana, uvas y pera. Se ha dado un proceso de cambio donde ahora los consumidores compran el año entero, no importan sus ingresos. Se ha convertido en más accesible. Una manzana en la calle fácilmente te vale más barata que un mango injerto.

Antes de llegar a la entrevista, el equipo de Gentleman sabía que había que ir en busca de un frutero ambulante. Son los consentidos de R H Mejía & Co. Y muy especialmente de Ramón Hipólito. Por lo que hicimos un alto en la sesión de fotos en su empresa, ubicada en Haina, y cruzamos la ciudad de sur a norte para trasladarnos a los puestos de frutas del famoso kilómetro 9, a la salida de Santo Domingo. Ahí nos encontramos a dos vendedores muy entusiastas: César y Moreno. Ellos no sabían quién era el elegante caballero en esmoquin que los saludo con un "¡¿cómo están primos!?". Pero al


ESTABLISHED 1814
LOCH LOMOND
HIGHLAND SCOTCH WHISKY
SPIRIT of a TRULY SPECIAL PLACE
LOCH LOMOND
BLENDED SCOTCH WHISKY
LOCH LOMOND WHISKIES
SIGNATURE
LOCH LOMOND
ORIGINAL
SINGLE MALT SCOTCH WHISKY
SMOOTHER TO PERFECTION
LOCH LOMOND
BLENDED SCOTCH WHISKY
RESERVE
UB
UNITEDBRANDS
EL CONSUMO DE ALCOHOL PERJUDICA LA SALUD.



EN BREVE

Clave del éxito: "El fracaso"
Un libro: "*Made in America: My Story*, de Sam Walton, el fundador del emporio Walmart. Ese libro cambió mi vida y a todo el que he podido se lo he regalado".
Un nombre: "Rose".
Color: "Verde".
Un trago: "Cerveza light"
Un país: "República Dominicana. Vivo enamorado de mi tierra".
Un destino para viajar: "Nueva York"
Gastronomía: "Ya te dije que soy básico: mi arroz, carne guisada y habichuela. Pero también me encanta la comida de España, en especial la rural".
Un deporte: "La pelota. Yo jugué en liga amateur y algunos de mis compañeros llegaron a ser firmados".
Un vehículo: "BMW"
Película favorita: *El Padrino*, toda la saga.
Un reloj: Patek Philippe.
Una fruta: La manzana
Ser padre: Nada le gana a eso.

preguntarles de dónde se surtían al unísono contestaron: "Oh, ¡de los Mejía!".

"El 50% va a los vendedores ambulantes. Me pagan de contado. Algo admirable es que el vendedor de la calle sabe más de fruta, busca más la calidad y paga mejor precio que otros negocios de venta masiva. El buhonero es súper exigente y eso me encanta. Es un segmento al que yo por estrategia trabajo. En Navidad, por tradición, ellos compran gomitas, frutas secas, pasas racimales, ponche y frutas. Cuando yo me di cuenta de que ellos iban pero no encontraban todo, pues empecé a trabajar con esos productos para darles un servicio completo, que no solo encuentren aquí frutas, si no todos los otros productos que buscan".

Forma junto a Janet Rivera una hermosa familia de seis. Los dos hijos mayores, del primer matrimonio de ella, son como suyos. "Los mayores me consultan como padre, cuidan a los otros dos más pequeños. Es una belleza y una gran bendición para mi vida". Asegura que por su hijo más pequeño, Sebastián, dejó de fumar.

Al hablar de Janet con la franqueza y humildad que lo caracteriza no se corta para decir: "Janet llega a mi vida en el año 99. Ya yo estaba paradito en el negocio. Si me hubiese conocido antes, en mi etapa de 'arrancado' igual no me hace caso" (risas). Janet estaba presente (llegó para supervisar que su hombre saliera regio en las fotos) y añade: "¡Ni tanto! Sólo llevabas cuatro años, no se compara con la actualidad". Y le da una mirada pícara y cómplice que hace entender que es un chiste que él suele hacer.

Hipólito: "Cuando nos conocimos ella renovó todo mi guardarropa y me botó todos los sacos que tenía, jaja, aunque yo no uso casi sacos".

Janet: " Ya los usará. ¡Esa es una resolución, una de las metas para este nuevo año!" (ríe también.

Son opuestos. Él, muy "básico, sencillo y de bajo perfil", según sus palabras, y ella de gustos más elegantes y refinados. Pero se complementan muy bien y la química es evidente. Además, convergen en los valores, la calidez con que tratan a los demás y la determinación de mantener los pies firmes en la tierra. Janet también tiene mucho éxito con su negocio Jr &Co, que se ha convertido en una referencia en el mercado de las empresas de decoración.

> "EL DOMINICANO PUEDE DAR CÁTEDRA A MUCHOS PAÍSES DE CÓMO SE LA BUSCA EN CUALQUIER CIRCUNSTANCIA PARA SER FELIZ"

¿Qué planes tiene la familia en Navidades?
Nosotros trabajamos hasta después del 24 en ambos negocios. Pero siempre para fin de año tenemos muchos años yendo a Nueva York y de ahí nos escaparemos a otros lugares.

¿Qué desea para los suyos y el país en 2016?
Deseo para todo el que quiero que viva en paz, que abunde la salud, en especial que pueda llegar a ser garantizada para el que menos tiene. Que la gente sea más feliz y haga cosas que le pongan una sonrisa en el rostro, tan típica en el rostro del dominicano, que nunca se apague. El dominicano le puede dar cátedra a muchos países de cómo se la busca para en medio de toda circunstancia ser feliz. Y deseo para mi país unas elecciones limpias, transparentes, sin sobresaltos.

¿Con su empresa ya logró el éxito que buscaba, tiene todo lo que quería?
Yo nunca voy a estar completo, siempre me exigiré más.

COMPLEJO

GRAND PALLADIUM

PUNTA CANA RESORT & SPA

★ ★ ★ ★ ★











Feel free, it's included

Los Grand Palladium Hotels & Resorts se ubican en destinos paradisiacos con playas de arena blanca, aguas de color turquesa y jardines frondosos. Son perfectos para ir en familia, para escapadas románticas o reuniones de empresa. Estos hoteles exclusivos ofrecen servicios personalizados, delicias culinarias propias del lugar e internacionales, e instalaciones de alta gama con zonas adaptadas para niños. Todo lo necesario para una experiencia vacacional completa.

PALLADIUM

HOTELS & RESORTS

WWW.PALLADIUMHOTELGROUP.COM 809-793-9007 PalladiumHotelsandResorts ESPAÑA | ITALIA | MÉXICO | REPÚBLICA DOMINICANA | JAMAICA | BRASIL



A pesar de su juventud, **Marc Tiernay** acumula ya años de experiencia en el negocio del ocio nocturno.

TEXTO ELENA CRESPO

FOTO SURESH SEVERGNINI

MARC TIERNAY
EL VISIONARIO DE LA NOCHE

GÉNESIS RESURGE

TRES GENERACIONES HAN BAILADO EN GÉNESIS, LA MÍTICA DISCOTECA DE ALTOS DE CHAVÓN. AHORA, DE LA MANO DE ESTE EMPRENDEDOR ESPECIALIZADO EN EL OCIO NOCTURNO, REGRESA A CASA DE CAMPO.

HABLAR CON MARC TIERNAY es dejarse arrastrar por su personalidad dinámica y espontánea, Representa ese tipo de carácter fuerte, siempre dispuesto a tratar cosas nuevas. Dentro de apenas unas semanas, cumplirá 10 años desde que comenzó su carrera profesional en el mundo del ocio nocturno. De padre norteamericano y madre dominicana, conjuga a la perfección la rigidez en el compromiso y las formas con la apertura, familiaridad y cercanía criollas.

Siempre mostró inclinación por las Relaciones Públicas. De hecho, trabajó como en una las discotecas más exclusivas de Santo Domingo, Praia, idea original de su amigo y mentor Mario Cabral para construir un lugar de diversión que tuviera un concepto moderno y acogedor. Un espacio vanguardista con capacidad para 500 personas que se convirtió en lugar ideal para eventos sociales y en el que crearon escuela los llamados *Summer Wednesdays y Winter Wednesdays,* responsabilidad directa de Tiernay durante seis años, al igual que numerosas actividades de fines de semana. "Yo me encargaba de manejar el ambiente, las tendencias, los artistas, la puesta en escena de cada actividad", nos cuenta.

Precisamente esa amistad con Cabral lo lleva a trabajar en el Grupo Pepperoni, con una gran, y positiva, incidencia en La Marina de Casa de Campo. "Semana Santa, fines de año y fiestas importantes las pasaba en La Romana gestionando los eventos, las fiestas y trayendo a los mejores DJ internacionales".

A un mes de cumplir 25 años y con este *background* en el mundo de los locales nocturnos, al que se suma una formación especializada en Miami, donde representa a varias agencias de *artist management*, cogió el timón de Génesis, la célebre discoteca de Altos de Chavón que duró activa durante treinta años y que luego se cerró. "Tres generaciones han bailado y se han divertido en Génesis. Ahora vamos a llenar de nuevo ese vacío de ocio que existe en Casa de Campo, y vamos a llenarlo de calidad y vanguardia. Para ello, vamos a convocar a DJ de las más punteras discotecas del mundo y a los mejores de la escena noctura local".

Un lugar que renace con fuerza a partir del 17 de diciembre con un *opening* informal y que, sin duda, va a traer no solo más visitantes a Casa de Campo, sino también más inversión, y que incrementará el valor de sus propiedades. "Las infraestructuras tienen los mejores estándares internacionales: sonidos, *lay out*, luces..., todo es de primer orden –comenta Tiernay con indisimulado orgullo–. Los DJ que vamos a traer son expertos en leer a cada público dentro de un ambiente abierto y cosmopolita".

El lujo es el sello que caracteriza a la 'niña bonita' de la Central Romana Corporation: el emblemático y distintivo resort Casa de Campo. El arquitecto Rafael Selman, quien ha sido el responsable de encabezar la remodelación del hotel de Casa de Campo, se ha encargado de la nueva visión de Génesis. "Un espacio para medio millar de personas, con un staff de 30, que tendrá una segunda fase más adelante, donde incluiremos un bar *lounge*. Un lugar muy especial donde, sin duda, vamos a pasar grandes momentos en 2016".

Al público se abrirá el 18 de diciembre. "Vamos a traer al DJ Tony Martínez, de Los Ángeles, y en Navidad a Julián Ingrosso, de Miami... Música internacional con fusión de DJ locales y show de percusión en vivo". Una excelente alternativa de ocio que estará abierta jueves, viernes y sábado y donde también se realizarán fiestas privadas y eventos.



LA DISCOTECA GENÉSIS estuvo 30 años en Altos de Chavón antes de cerrar para renacer ahora en Casa de Campo.

TEXTO ELENA CRESPO



Carlos Martín, embajador de Glenfiddich en República Dominicana, entre barricas de envejecimiento de whisky.

CARLOS MARTÍN
BRAND AMBASSADOR DE GLENFIDDICH EN WILLIAM GRANT & SONS

ALMA ESCOCECA

ES EL HOMBRE DE GLENFIDDICH EN NUESTRO PAÍS. UN LATINO CAPAZ DE ABSORBER TODA LA TRADICIÓN DE ESTE WHISKY DE MALTA LÍDER EN SU SECTOR.



FOTO WILLIAM GRANT & SONS

PESE A SU FISONOMÍA y acento mexicano, Carlos Martín maneja en Latinoamérica Glenfiddich, la marca de whisky más reconocida del mundo, con la pericia y soltura de un auténtico escocés. Su pasión por los destilados *premium*, en especial, el whisky , le llevaron a Escocia. De allí, a un conocimiento profundo de la esencia de esta bebida espirituosa. El paso siguiente fue acudir al concurso de Glenfiddich para representar a la marca como su embajador. "De eso hace tres años y medio y me siento extremadamente bien –recuerda–, pero, sobre todo, orgulloso porque represento a un marca que lleva 20 años de premiaciones desde 1995 y que tiene botellas de hasta 64 años".

Durante siglos, en pequeñas destilerías de las Highlands se ha elaborado con mimo y atención esta bebida. Por eso, hablar de whisky escocés es hablar de malta, de sabor a cereal tostado y de años de pasión por un oficio y una tierra de mil matices y siempre bañada por la lluvia.

Glenfiddich cuenta con la particularidad de ser una de las pocas compañías del rubro que se mantiene como una empresa familiar. Una empresa que, como las muchas que existen en República Dominicana, nació de los sueños de su creador, William Grant, capaz de hacer realidad la idea de elaborar la que llamó "la mejor bebida del valle" y crear, con la colaboración de sus nueve hijos, la primera de sus destilerías, bautizada como Glenfiddich, Valle del Venado en gaélico. "Antes de 1963 sólo había *blended* whisky porque no había consistencia para conseguir uno más puro. William Grant consiguió la esencia pura, embotellarla y sacarla fuera de Escocia".

Dice que fue en la noche de Navidad de 1887 cuando vio la luz la primera producción de su *single malt*, o whisky puro de malta producido solo en una destilería. Actualmente, la firma tiene presencia en 180 países, entre ellos, República Dominicana, Colombia, San Martín, Bahamas o Jamaica. "Lo más importante es expandir el mensaje de marca líder y mantener nuestro liderazgo, porque somos la única destilería que tiene la misma fuente de agua para realizar todo el proceso de la elaboración de la bebida. Es más caro, pero mantenemos la tradición y eso es nuestra ventaja competitiva", asegura.

Durante toda su historia, la familia Grant ha respetado el designio de su fundador, logrando una bebida que ha lanzado verdaderas joyas de edición limitada que son ejemplares icónicos entre los coleccionistas. 'Tenemos el whisky de 12 años, que es el más vendido –explica Martín–, pero también uno de hasta 64 años de añejamiento, del que se embotelló una edición de 61 ejemplares, un whiksy puro de malta de color intenso y aroma complejo, con matices de roble, chocolate, hierbas aromática y café que en un subasta realizada en la casa Christie´s de Londres, alcanzó un precio de 71 mil dólares".

Símbolo de un tiempo, un lugar y fiel a su historia, el whisky se prepara igual que hace más de un siglo en unos alambiques de cobre con cebada malteada y con barricas propias. "Fabricamos y reparamos nuestras propias barricas, ya que el 60% por ciento de la calidad reside en la maduración del añejamiento – explica–. Es una producción más detallada y minuciosa que dejamos fermentar en toneles de madera. Es nuestro signo de identidad como líderes, además de que es la forma de educar y demostrar al consumidor que hay un whisky de malta que es más puro y no necesariamente más caro".

TEXTO ELENA CRESPO

FOTOGRAFÍA SURESH SEVERGNINI

JOSÉ FRANCISCO ARATA
PRESIDENTE DEL PGA TOUR 2016

EL ATRACTIVO DEL GOLF

COLOMBIANO ENAMORADO DE REPÚBLICA DOMINICANA, ES LA NUEVA IMAGEN DEL GOLF EN NUESTRO PAÍS COMO ORGANIZADOR DEL TORNEO DEL WEB.COM TOUR.

REPÚBLICA DOMINICANA SIGUE acaparando atención a nivel internacional. En esta ocasión, por ser la sede el próximo año, en el Corales Puntacana Resort & Club Championship, del torneo del Web.com Tour, el primero que se celebra en cualquiera de las islas del Caribe. Un esfuerzo conjunto entre el PGA Tour y Puntacana Resort & Club que ha sido impulsado por el colombiano José Francisco Arata, amante del golf pero, sobre todo, de República Dominicana. "Llegué al país hace nueve años por temas inmobiliarios y viendo el potencial y las posibilidades que tiene decidí quedarme –cuenta Arata–. República Dominicana representa mi país, mi residencia y espero vivir aquí por mucho tiempo. Mi esposa, mis hijas, las hijas de mi esposa y mi nieta de dos años aman este país. Además, en el plano logístico, estoy conectado permanentemente a Europa, Estados Unidos y Latinoamérica. No puedo pedir nada más", asegura el *chairman* del evento.

Arata habla con pasión del torneo –cuya gestión esta garantizada a priori por un tiempo de tres años– y del golf, deporte que, según cifras oficiales, es el que más dinero mueve en todo el mundo. "Estamos hablando de mucha calidad durante cuatro días, con un *field* de 156 jugadores, 40 del PGA, y 300 voluntarios y con un componente de elegibilidad similar al utilizado en otros eventos del Web.com Tour en América Latina. Será manejado por Sport Link de Bogotá, Colombia, organizadores de otros dos torneos del Web.com Tour, en Bogotá y Cartagena ", explica Arata, que fue también presidente en su día de Pacific Rubiales, con sede en Bogotá.

Fiel a la visión de *business to business*, parte del liderazgo catalizador de Arata, el evento contará con un torneo para *amateurs* y profesionales con el que se pretende impulsar las sinergias. "Es una forma de atraer a directivos, empresarios, políticos y gerentes de instituciones turís-



José Francisco Arata llegó a República Dominicana hace nueve años para echar unas raíces que parecen definitivas.







PIONERO. El campo de Los Corales de Puntacana Resort & Club acogerá el primer torneo que celebra Web.com Tour en una isla del Caribe, del que será *chairman* José Francisco Arata.

ticas para dar a conocer el deporte y para que actúen en beneficio de la Fundación Puntacana".

Con tres millas de magníficas playas y 45 hoyos de golf, el campo del Los Corales de Puntacana Resort & Club se convertirá en un lugar de primer orden justo antes de las Olimpiadas. "El Puntacana Resort & Club Championship es una importante adición a la creciente presencia e impacto del PGA Tour en América Latina, que ahora cuenta con el Web.com y el PGA Tour Latinoamérica, por no hablar de la pronta llegada de los Juegos Olímpicos de 2016 en Río de Janeiro, donde por primera vez el golf competirá como deporte. No hay duda –añade– de que el impacto de América Latina en el PGA Tour y Web.com Tour continuará creciendo como resultado de estas competiciones en la región. De hecho, vimos hace muy poco como el argentino Emiliano Grillo, de 23 años, ha ganado varios eventos ya".

El campo Corales diseñado por Tom Fazio marca la calidad de unas instalaciones de primer orden que ponen a la vanguardia al país, más allá de como destino turístico, también como lugar para las inversiones. "El destino está creciendo y con la llegada del Web.com Tour a Puntacana ayudará a traer nuevos jugadores a este deporte y a que la gente sepa que la República Dominicana tiene uno de los mejores campos de golf del mundo en el campo de Corales".

Arata asegura que la evolución que está experimentando República Dominicana es incuestionable, y no solo por cuestiones como el l golf y el turismo, sino a nivel general. "No sólo en el sector turístico. El tren del desarrollo pasa por la agricultura y por la industria. Por eso, la idea con este torneo es también dar a conocer las oportunidades de República Dominicana como país".

NOMBRES Y CIFRAS

El torneo **Web.com** ha celebrado hasta ahora seis ediciones en Bogotá (Colombia), en las que han ocurrido cosas como estas:

-**La nueva figura del golf en el mundo**, Jordan Spieth, y Keegan Bradley, campeón del PGA Championship en 2011, han participado parte del torneo.

-Todd Hamilton, ganador del abierto Británico en 2014, y Shaun Micheel, vencedor del PGA Championship en el 2003, son los únicos **campeones de torneos** que han asistido al certamen más importante de golf en Sudamérica.

-Grandes **figuras** del mundo del golf como Alex Cejka, Jesper Parnevik, Steve Pate, Len Mattiace (subcampeón del Matsers), Carlos Franco y Richard Johnson han participado en el evento.

-Nombres como Glen Day, Tommy Gainey, Tim Herron, Ryuji Imada, Richard S. Johnson, Frank Lickliter II, Troy Matteson, Rod Pampling, Dicky Pride, Ted Purdy, Vaughn Taylor, D.J. Trahan y Marc Turnesa destacan entre los **campeones del PGA Tour** que han participado en el evento.

-En total, **más de 40 golfistas** que han ganado títulos en PGA Tour han participado en el campeonato. Además, en el evento también destaco la presencia de varios jugadores que han logrado triunfos en European Tour, PGA Tour de Canadá y en el PGA Tour Latinoamérica.



PIAGGIO® Vespa® aprilia® MOTO GUZZI® Ape®

Distribuidor Exclusivo: Fortia Asesores. Conoce todos los modelos en nuestro showroom.

Avenida 27 de Febrero #220 esq. c/ La Fronda, El Vergel, Sto. Dgo., R.D. • Teléfono: 809.542.1616 • www.piaggio.com.do vespa_rd



El dominicano **Nelson Barrera** se autodefine como pintor, escultor, poeta y dramaturgo.

TEXTO ELENA CRESPO

FOTO CENTRO CULTURAL MIRADOR

NELSON BARRERA
ARTISTA PLÁSTICO

UN MUNDO EN SUEÑOS

EL SURREALISMO DE DALÍ, MEZCLADO CON UN MUY PERSONAL UNIVERSO ONÍRICO, INSPIRAN LA OBRA ROMPEDORA DE ESTE POLIFACÉTICO ARTISTA DOMINICANO.



POLIFACÉTICO Barrera, que ha expuesto recientemente en el Centro Cultural del Mirador Sur, ha llevado su arte también fuera de nuestras fronteras, con presencia en Londres.

ORIUNDO DE SANTA CRUZ DE MAO, municipio cabecera de la provincia Valverde, situada al noroeste de la República Dominicana, las artes plásticas incursionaron en la vida de Nelson Barrera hace 20 años. No sabe muy bien si él las buscaba o fueron ellas quienes le sedujeron, la cuestión es que la atracción mutua tomó forma en la escultura y en la pintura.

Aunque para que se concretara, tuvo antes que pasar un proceso. Primero, desarrolló sus habilidades en el diseño de catálogos, afiches y portadas de revistas en los talleres de Editora Lozano; después, ingresó en la Escuela Nacional de Bellas Artes y más tarde estudió Arte Publicitario en la Universidad Apec. Innovador y subversivo, buscando nuevos riesgos y espacios de creación, irrumpió en el mundo de las escenografía. Y, además, realizó lo que denominó "inventos" y que se tradujo, por ejemplo, en la reproducción de bicicletas de 1865 para el Carnaval y el diseño de carrozas y máscaras, enarbolando siempre la bandera del folklore y el arte dominicanos.

En su afán por seguir aprendiendo, ha compartido enseñanza con los maestros José Sejo, José Cadaveda y Freddie Cabral, entre otros. De su pintura y escultura, José Saldaña, de la Asociación Internacional de Críticos de Arte, sostiene que el artista navega entre la realidad y el sueño, con imágenes insólitas y sorprendentes. Un mundo onírico preñado de invenciones imaginativas donde logra trasladar las ideas al mundo del subconsciente en una expresión surrealista en armonía con sus valores estéticos. "La intención del artista no es representar algo porque exista, sino porque es interesante para sí mismo, haya o no sucedido o existido", afirma Saldaña.

Su obra también está inspirada en la mujer como fuente de vida. Algo que se percibe en sus geométricas formas y sus composiciones orgánicas, como en su serie Mutantes, que trabajó con fibra de vidrio o MDF hidrófilo.

Barrera, quien se autodefine pintor, escultor, poeta y dramaturgo, utiliza pintura automotriz buscando un acabado perfecto para sus esculturas, piezas dentro del arte surrealista, cuyos colores sobrios como azul, blanco y otros transmiten sensación de paz, armonía y tranquilidad. Con presencia internacional a través de sus exposiciones en la galería Astro en Londres, recientemente presentó en el Centro Cultural del Mirador Sur la colección Inverosímil, un conjunto de 25 obras entre esculturas, pinturas y dibujos.

Barreras, afín también al surrealismo *daliniano*, diestro en líneas, en colores, en volúmenes, utiliza la fuerza del genio español que derritió relojes para dar cariz propio a su expresión, como las esculturas que arma con los materiales o elementos más disímiles. Un modo de relacionarse con la materia en tercera dimensión que, asegura, quiere continuar experimentando en esa cosmogonía *daliniana* que atesora y emerge en cada una de sus colecciones.



HARRISON FORD EL ACTOR HA PASADO SU VIDA RENEGANDO DE 'STAR WARS'. PERO, A SUS 73 AÑOS, Y CON NUEVA PELÍCULA EN CAMINO, 'EL DESPERTAR DE LA FUERZA', LO HA ENTENDIDO TODO. SIN NOSTALGIAS. SOLO CON GANAS DE TRABAJAR.

Texto Irene Crespo (Nueva York)

LA ÉTICA DE UN HÉROE

SIEMPRE QUE LE PREGUNTAN A HARRISON FORD (Chicago, 1942) contesta lo mismo. "No puedo llevarme el mérito. Esta es una profesión de colaboración". Pero no es lo que cuenta la leyenda de Hollywood. Uno de los diálogos más repetidos de la saga de *Star Wars* es aquel en el que Leia le dice a Han Solo "Te quiero", y él, antes de ser congelado vivo, contesta: "Lo sé". Fue idea de Ford. Él se lo sugirió al guionista Lawrence Kasdan. Lo probaron, lo rodaron y el resultado, como dicen, es historia de la galaxia cinéfila.

La leyenda se convirtió en realidad hace unos años. Pero Ford sigue negándolo y quitándole importancia. Quizá parezca una anécdota solo interesante para admiradores de las películas, pero también es de las que mejor resume la personalidad del actor. Cuando, en el mes de mayo, apareció por primera vez en 35 años vestido de Han Solo, millones de personas en todo el mundo lloraron. Desde entonces, él, y no el resto del reparto antiguo o nuevo, es a quien todos quieren ver. Le gritan "te quiero" y él, con su sonrisa torcida, parece decir: "Lo sé".

Lo sabe. Lo sabe muy bien. Sabe que en 1977, tras el estreno de la primera *Guerra de las galaxias,* se convirtió en el hombre ideal para muchas mujeres, y en el hombre que muchos hombres querían ser. Cuando en 1981 estrenó *En busca del Arca Perdida,* el índice de aventureros y aficionados a la arqueología se disparó. Y cuando solo un año después apareció *Blade Runner,* la admiración hacia Ford no hizo más que aumentar. Lo sabe. Lo sabe muy bien. Por eso odia que se lo digan. Perdón, lo odiaba.

Durante años, la *gruñonería* de Harrison Ford, sus malas caras y respuestas escuetas ante la prensa copaban titulares. ¿Pero qué querían? Él ya sabía todo lo que le decían. Y viene de Chicago, 'el estado de la pradera', el estado de los trabajadores de la tierra. "Allí no tenemos tiempo para cumplidos", dice siempre. Allí adoptó su ética de trabajo, el único motor de su carrera

Uno de los numerosos premios que han distinguido a **Harrison Ford,** el *Jules Verne,* le fue concedido por su espíritu de aventura, trabajo y constancia.

desde que en 1964 se marchara a Los Ángeles para dedicarse, como su madre, a los doblajes y voces en *off*.

La radio es en lo que había destacado en el instituto. La interpretación no le interesó nunca; solo al final de la universidad, probó para vencer su timidez enfermiza. Le encantó. "Pero cuando llegué a Los Ángeles no tenía ninguna preparación", cuenta. "Ni siquiera sabía los nombres de los grandes estudios. Nunca había sido un cinéfilo. Iba los sábados a las sesiones matinales porque era una buena forma de llevar a una chica a una sala oscura en la que podría hacer patéticos intentos de acariciarla".



Fotograma de ***En busca del arca perdida*** *(1981).*



En ***Blade Runner*** *(1982).*

La entrevista

Pero Harrison Ford tuvo 'mucha suerte'. Los estudios en ese momento contrataban actores en plantilla, profesionales dispuestos a ocupar cualquier papel y del que quizá, en algún momento, podrían sacar partido. "Hice una entrevista de cinco minutos: '¿Cuánto mides? ¿Hablas español? ¿Sabes montar a caballo? Ya te llamaremos'. Salí, y cuando iba hacia el ascensor me di cuenta de que tenía que ir al baño, fui y a la salida me encontré con el asistente del que me había entrevistado haciéndome gestos. Me acerqué, y el tipo me dijo: '¿Quieres estar en plantilla?'. Y le dije: '¿Eso qué significa?'. '150 dólares a la semana', me contestó. Y ya era actor".

O casi. Trabajó así un año y medio en Columbia. Y otro año y medio en Universal. En cine y series de televisión. La mayoría de las veces ni aparecía en los créditos. No era lo que imaginaba de la vida de actor. Y con mujer y dos hijos decidió tirar de su ética de trabajo del medio oeste americano y aprendió el oficio de carpintero. Hacía chapuzas por la ciudad, pero también construyó los escenarios de The Doors o el estudio de grabación del brasileño Sergio Mendes. "Con la carpintería alimenté a mi familia y empecé a elegir los papeles de actor que me ofrecían –cuenta–. Así podía esperar hasta que algo mejor viniera. Pero nunca abandoné mi ambición de ser actor. Me sentía frustrado, pero no vencido por mi frustración".

En 1973, el productor Fred Roos, que le había conseguido un papel sin crédito a Harrison Ford en el fracaso de Antonioni *Zabrieski Point,* convenció a George Lucas para que le hiciera una prueba para *American Graffiti.* Un año después, un amigo de Lucas, Francis Ford Coppola, le encontró un hueco en su nueva película, *La conversación.* Y en 1977, Lucas pensó de nuevo en él como el héroe de las galaxias, Han Solo. "George ha sido maravilloso conmigo. Ha sido el autor de los primeros capítulos de mi vida y me ha dado la oportunidad de tener una vida extraordinaria", decía este año Ford.

> "HICE UNA ENTREVISTA DE CINCO MINUTOS. AL FINAL, ME DIJERON '¿QUIERES ESTAR EN PLANTILLA?' '¿ESO QUÉ SIGNIFICA?' '150 DÓLARES A LA SEMANA'. Y YA ERA ACTOR"

Su vida como actor empezó entonces. Aunque jamás entendiera el valor de su personaje ni de esas películas. "[Han Solo] nunca me pareció interesante. Lo era mucho más Indiana Jones", dijo ya por los ochenta, cuando el arqueólogo dominaba su vida. Por eso llegó a pedirle a George Lucas que lo matara en *El imperio contraataca,* para darle más valor a la película. "Pensé que estaría bien que se sacrificara. Pero ahora me alegro de que no me hicieran caso", confesó en un programa de televisión hace un mes.

Ahora lo entiende todo. Ya no gruñe en las entrevistas. Solo sonríe y hace muecas. Lo sabe. Entiende el cariño de millones de fans que ha resistido 35 años. "No es mi personaje –dice resignado–. Es de todos ellos". Ford es el más aplaudido en cada aparición pública del reparto de *Star Wars.* El único que al entrar en el set de *El despertar de la Fuerza* provocaba silencio a su paso entre el nuevo equipo. "Harrison trajo tanto humor", dice el director J.J. Abrams, a quien Ford está "inmensamente agradecido por darle esta nueva oportunidad". "Se hizo



#IWANTMYSUSHI

CASA de CAMPO | Opening December 2015

INSTAGRAM: @PUBBELLYSUSHI WWW.PUBBELLYSUSHI.COM





Junto a estas líneas, **Harrison Ford** en un fotograma de la nueva entrega de *Star Wars*. *Arriba*, reunión del equipo de rodaje, con Ford en el fondo, con las piernas cruzadas.

"ME GUSTA VOLAR POR TANTAS COSAS... EMPECÉ CON CINCUENTA Y DOS AÑOS. QUERÍA SER OTRA COSA QUE ACTOR PARA QUE LO PUSIERAN EN MI LÁPIDA"

daño en el rodaje –la puerta del Halcón Milenario le cayó encima y le rompió una pierna–, se recuperó y volvió con mayor compromiso, convicción y un gran sentido del humor. Era emocionante ver al Harrison Ford que hace años no vemos. Es divertido y dulce, y duro, y un listillo".

Se las sabe todas. O a lo mejor no. Porque, después de dominar la acción y la aventura en los ochenta y los noventa *(El fugitivo, Air Force One, Juego de patriotas)*, pensó que su "momento había pasado", que ya no era un "protagonista". Estaba feliz, decía. Por fin, no era el centro de atención, volvía a ser un actor más. "Mi ambición nunca fue estar en la cumbre de nada", confiesa. Irónico. Él, piloto de aviones profesional y pasional, que lo que más disfruta es mirar el mundo desde el aire, cuando pone los pies en la tierra odia que le pongan en ese pedestal y le obliguen a mirar desde arriba. Pero esto no lo sabía. No se esperaba que a sus 73 años volvería a ser el héroe de todos. En *Star Wars*, (la séptima entrega de la saga, *El despertar de la fuerza*, se estrena el 18 de diciembre en España); una nueva *Blade Runner* (prevista para el año que viene) y una nueva *Indiana Jones* (la quinta, aún sin fecha). ¿Y qué va a hacer? Dejarle la nostalgia a otros, mientras él trabaja. "Soy muy práctico sobre lo que hago y cómo lo hago... Otro día en la oficina".

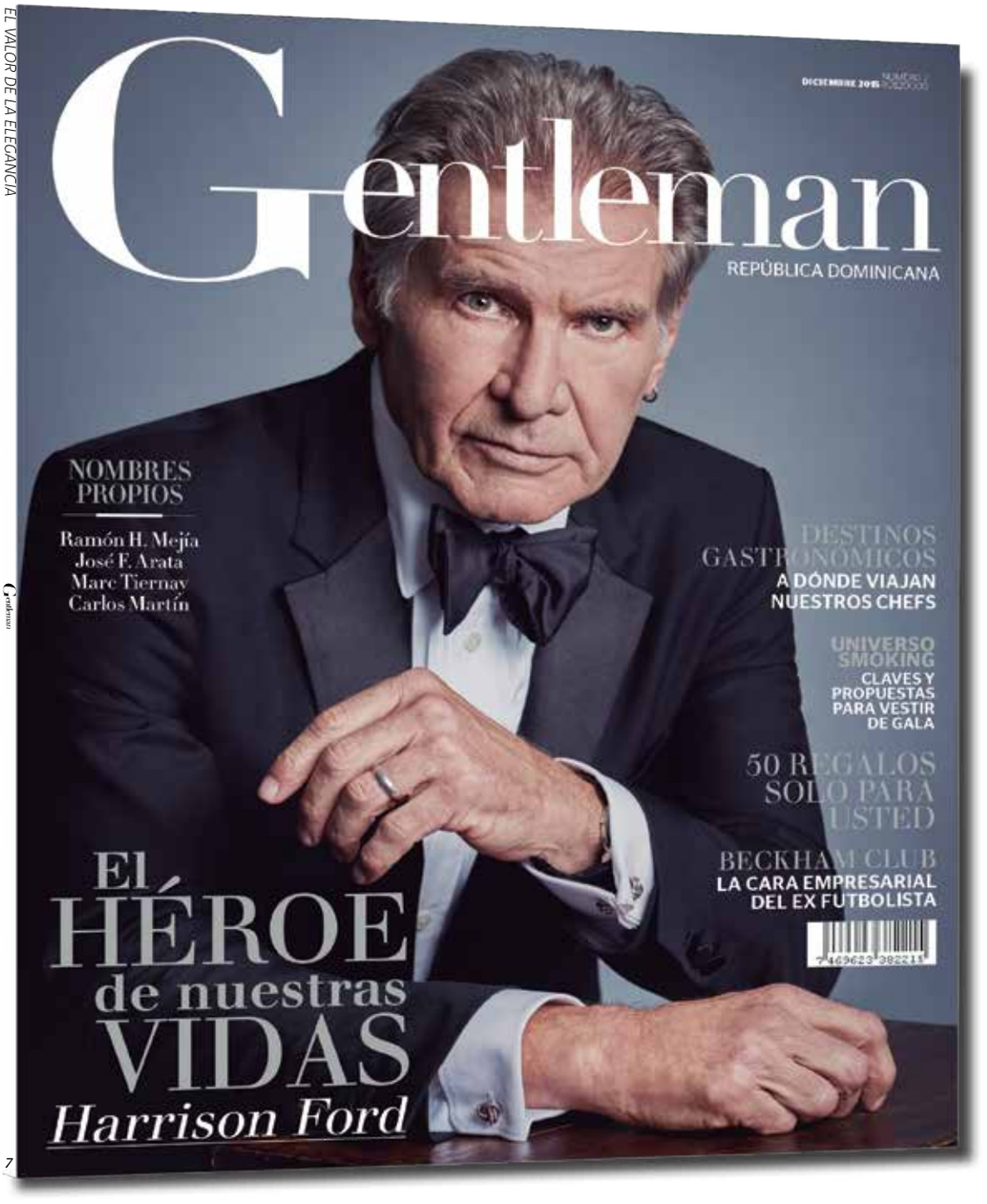
Amor por los aires

"Recuerdo el motor parando, recuerdo muy bien esa parte, recuerdo decir a la torre de control lo que iba a hacer y recuerdo su sugerencia, que tomara la ruta normal para aterrizar, pero yo sabía que no iba a hacer eso, así que dije 'No.' Y eso es lo último que recuerdo hasta cinco días más tarde. No recuerdo descender. No estaba inconsciente, pero los doctores me han dicho que la anestesia que me pusieron induce una amnesia atrasada". Así contaba hace poco Harrison Ford el aparatoso accidente de avioneta que sufrió en 2014. Ese en el que durante minutos incluso se le dio por muerto y que le tuvo hasta tres semanas ingresado antes de someterse a un plan de rehabilitación Pero se recuperó. Y cuando lo hizo volvió a volar. Primero, su helicóptero, mientras recuperaba la movilidad completa de sus piernas. Después sus 'juguetitos de dos alas.'

Ahí arriba es donde el actor es más feliz. "Me gusta por tantas cosas... Tiene mucho que ver con la combinación de disciplina y libertad. Ser responsable de ti mismo", explica. "Me gusta la oportunidad de vivir el mundo en tres dimensiones. Cuando tus pies están en el suelo solo lo vives en dos. Tenía 52 años cuando empecé a volar. Quería ser otra cosa que actor para que lo pusieran en mi lápida".

EL VALOR DE LA ELEGANCIA

EDICIÓN DE NAVIDAD



Al suscribirse al periódico Hoy recibirá de forma gratuíta*
la revista mensual GENTLEMAN RD.

**Distribución sólo en algunos sectores del Distrito Nacional*



TEXTO JULIA URGEL

FOTOGRAFÍA BENJAMIN DECOIN

JUDITH CLARK
CREADORA DE LA GALERIE

LA MODA COMO ARTE

LA COMISARIA DISEÑA UN MUSEO PARA EL INGENTE ARCHIVO DE OBJETOS Y DOCUMENTOS DE LOUIS VUITTON.

1859. UN LIENZO EN BLANCO. Sobre él, trazos preciosos de modernidad, de clasicismo y de artesanía. Una explosión de *savoir-faire* y unos puntos de luz que simbolizan lo extraordinario y lo exótico. El autor está dando forma a la obra de su vida, una historia de amor entre el pasado y el presente. El resultado es Louis Vuitton, una de las marcas más poderosas, exitosas, reconocibles e incluso imitadas de la industria de la moda y el lujo. También es una forma de vida que se respira y se siente en la cuna de la *maison*, una maravillosa casa familiar que convive con el atelier de la marca donde aún se producen las piezas más excepcionales de la casa, incluyendo baúles, maletas, artículos de pieles raras y exóticas.

Sus archivos forman parte de los anales de la historia de la moda y están rebosantes de objetos que cuentan historias singulares, un sinfín de recuerdos y de universos privados y maravillosos. En total, 23.000 objetos y 165.000 documentos que incluyen 110.000 registros de clientes que la *maison* francesa ha decidido compartir en una exposición, La Galerie, inaugurada el pasado julio en el ambiente íntimo de una *garden party*, en la casa familiar. La persona encargada de organizar semejante archivo, ponerlo a disposición del público y crear La Galerie ha sido Judith Clark, que además de ser conservadora de arte y haber organizado exposiciones de personajes como Frida Kahlo o Diana Vreeland, es profesora de Moda y Museología de The London College of Fashion.

Situado en Ásnieres-sur-Seine, el hogar del buen gusto es también un encuentro





Página anterior: **Judith Clark**, conservadora de arte y creadora de La Galerie. *Sobre estas líneas:* algunos de los modelos y accesorios expuestos en las dos plantes del museo.

con el arte gracias a los edificios que forman el paisaje: una casa familiar inspirada en el Art Nouveau, que aloja ahora La Galerie, y un taller inspirado en la arquitectura de Eiffel. Entre ambos espacios conviven los recuerdos de familiares, amigos y artesanos.

Expuestas en La Galerie están las pertenencias personales de príncipes y princesas, marajás, estrellas de Hollywood, diseñadores de moda o clientes anónimos que aman la artesanía y el lujo. "El proceso de fabricación de una maleta de Louis Vuitton es muy complicado y se crea para transportar las cosas más preciosas del mundo", explica Patrick Louis-Vuitton, descendiente directo de la quinta generación del fundador de la marca, de ahí los clientes tan exclusivos y especiales.

Desde un estuche de té para el indio marajá de Baroda; un escritorio para el compositor y director de orquesta Leopold Stokowski; un baúl del modisto Paul Poiret, el neceser Milano, expuesto en la Paris Decorative Arts Exhibition de 1925; hasta un par de zapatos de plataforma del siglo XVII... Los tesoros que guarda la exposición son únicos.

"Siempre hemos querido enseñar las maravillas que tenemos guardadas en nuestro archivo. Lo hemos hecho en alguna tienda o en colaboraciones puntuales, pero esta vez volvemos al punto de partida. Al origen, y eso es maravilloso", cuenta Patrick-Louis Vuitton.

El espacio, de 700 metros cuadrados, se reparte en dos plantas y se recorre a través de 16 módulos. Para la escenografía, Clark se inspiró en *Pateki*, un rompecabezas de madera que Gaston Louis-Vuitton diseño en los años 30, y los elementos se agrupan por temas: la globalización, relaciones con los clientes, el monograma, la naturaleza, la vanguardia. "Todo en esta exposición está organizado de una manera no cronológica", explicó Clark, y está orientado al descubrimiento a través del diálogo entre artistas, artesanos y clientes que han tocado el corazón de Louis Vuitton con una carta, un dibujo, un artículo o una obra. La de Jorge Otero-Pailos, por ejemplo, abre la exposición.

La académica Clark ha creado una explosión de arte, con colaboradores que vienen de todos los ámbitos y países. Desde el cubano Rubén Toledo, que comparte con Louis Vuitton el amor por los viajes, la locura por la moda y la pasión por el arte, hasta el diseñador Stephen Jones, que paseaba por el jardín el día de la inauguración con su particular forma de caminar y su sombrero.



Clark se ha enfrentado al reto de organizar un archivo de 23.000 objetos y 165.000 documentos.

"CREO QUE LA GENTE SUBESTIMA EL PODER CON EL QUE SE CREABA ANTES Y LO IMAGINATIVOS QUE FUERON EN LA *MAISON*. DETRÁS HAY INGENIO"

El objetivo de Judith Clark es que La Galerie sea un espacio de descubrimiento y esté profundamente arraigada en el pasado y el presente. "Creo que la gente subestima el poder con el que se creaba antes y lo imaginativos que fueron en la *maison*, jugando, por ejemplo, con las nuevas formas asociadas a los viajes. Detrás hay ingenio", explicó Clark.

La planta baja, repleta de historia y recuerdos, muestra los baúles con los que Louis Vuitton comenzó el viaje de su vida. Los sellos que marcan las rutas de las travesías y de sus experiencias contrastan con las estampas más modernas que Cindy Sherman diseñó el año pasado para la marca. Entre maletas, neceseres y objetos se exhiben folletos de productos o correspondencia que ha ido llegando a Asnières durante 150 años. Unas escaleras conducen a la segunda planta, dedicada a la moda. Sus techos altos de madera enmarcan una exposición que hace viajar al visitante al año 1900 y volver a 2015 en un paso. Vamos de la mano del actual director creativo de Louis Vuitton, Nicolas Ghesquière, y de sus predecesores Kim Jones y Marc Jacobs, o de Jeanne Lanvin, Christian Dior y Madeleine Vionnet, gracias a las piezas *vintage*.

Además, Clark nos sumerge en el mundo de la fantasía y la magia del circo con un homenaje especial a uno de los escaparates más emblemáticos de la marca, que pertenecieron a la línea Louis Vuitton Circus. También se estrechan los lazos con la alta costura en *The Art of Couture*, haciendo un homenaje a diseñadores como Yves Saint Laurent o Karl Lagerfeld.

La Galerie de Asnières se abrirá al público los fines de semana en los próximos meses por invitación. Para más información: 902 100 878.

S/CAVOLI

RR.PP • EVENTOS • BRAND MANAGEMENT

S/C

o. 809 566 7880
info@stefanocavoli.com
c/ Presidente González No.10
Hotel Radisson 1er piso. Naco
Santo Domingo, R.D



LA REVANCHA DE LOS PEQUEÑOS

ESLORA DE MENOS DE 24M, MATERIALES E INTERIORES DE LA TRADICIÓN MARINERA, MOTORIZACIONES DE LOS BARCOS PESQUEROS... REGRESAN DESDE LOS AÑOS DE ORO LAS BELLAS EMBARCACIONES INSPIRADAS EN LA NAVEGACIÓN PROFESIONAL.

TEXTO FABIO PETRONE

SE SUELE DECIR QUE LA RIQUEZA más grande de un armador es tener tiempo para disfrutar de su barco. Un barco es para muchos una especie de refugio donde descansar, cultivar las propias pasiones, ver amigos, organizar cenas y fiestas. Pero para eso hace falta espacio a bordo: el yate tiene que ser cómodo, acogedor, bien equipado; tiene que parecerse, en resumen, a una mansión flotante, como si fuera una casa, la casa del armador. Todo esto se consigue fácilmente si se trata de barcos deportivos, pero no tanto si hablamos de embarcaciones con un casco de menos de 24 metros (sin tener en cuenta los apéndices como la pancha de popa o la delfinera en proa). Los 24 metros representan el límite de la diferencia (en precios de compra y costes de gestión, en permisos de conducción y certificaciones requeridas), bajo el cual algunos astilleros, entre ellos y especialmente los italianos, producen barcos de nivel absoluto, con gran éxito en todo el mundo. Se trata de reediciones en clave moderna de un tipo de embarcación que en los años de oro del *ya-*

chting hizo historia: los llamados barcos menores. Antaño eran barcos directamente derivados de la náutica profesional, con carena redondeada, materiales estructurales como madera, hierro y a veces acero, motorizaciones propias de los pesqueros, y en muchos casos formas internas típicas de la tradición marinera anglosajona. El emblema de un lujo que a menudo llegaba a ser opulento se manifestaba en los detalles y la decoración: pesadas *boiserie* en madera maciza en los salones, griferías de oro en los baños, colchas de visón en las



Con 24,08 de eslora, este yate de popa redonda es obra de Benetti Sali Division, uno de los pocos fabricantes que proponen embarcaciones tan clásicas. Totalmente en acero, alcanza una velocidad máxima de 18 nudos.



BENETTI. Líneas externas de Stefano Righini e interiores de Carlo Galeazzi para este yate en material de mezcla Delfino 93. Mide 28,5 metros por 7,03 de ancho y tiene una carena con bulbo que le permite alcanzar los 14 nudos de velocidad máxima y los trece de crucero.



camas. Expresión de una cultura de la exclusividad opuesta a la búsqueda de estilo y diseño del exterior, caracterizado por espléndidas y esbeltas proas altas sobre el agua, en contraste con las popas redondeadas, como las líneas de la parte sumergida.

La llegada de la fibra de vidrio en los años 60 revolucionó bajo muchos aspectos la náutica: no solo permitió rehacer modelos del pasado, convirtiéndolos prácticamente en productos en serie, sino que también ha dado la posibilidad de realizar formas más atrevidas, nuevas, diferentes; antes en embarcaciones pequeñas y luego en navíos cada vez más grandes. Así que también las *navette* -como se conoce en Italia a estos barcos menores- han sido poco a poco reinterpretadas, hasta ser declinadas en diferentes tipologías exclusivas, como requiere el mercado. Los yates que se construyen hoy, sobre todo en materiales de mezcla, pero también en metal, buscan acercarse a las diferentes exigencias y a los gustos de cada uno, tanto a nivel de estética como de prestaciones; pero siempre con unos rasgos en común: la comodidad y el bienestar percibido a bordo, que de por sí son símbolos del lujo.

Estos modernos barcos tienen cascos de calidad, generalmente de gran volumen , con baos más grande y, en consecuencia, más anchos que los de antes, pensados para crear más espacios para el disfrute del armador y de sus huéspedes. Un espacio, además, en muchos casos personalizable: totalmente, si se trata de barcos en acero o aluminio, menos si hablamos de embarcaciones en material de mezcla, capaces, de todas formas, de satisfacer las normales exigencias de volúmenes. Hay toda una generación de barcos totalmente nuevos, eficientes, amplios, que, en la parte no sumergida, pueden presentar, como hemos dicho, un diseño muy variado.

Algunos fabricantes proponen todavía ejemplares clásicos, con formas retro y popa redonda, pero también hay quien ha adaptado la *navetta* a los tiempos modernos, dándole un look de navío profesional, como de buque científico para las exploraciones, o de embarcación para dar la vuelta al mundo. También hay astilleros que, a pesar de que se trate de barcos que no superan los 18 nudos, han optado por soluciones estéticas deportivas, a veces tomadas desde el diseño industrial más atrevido, el de los coches; o quien ha preferido revisar conceptos náuticos consolidados, como los clásicos *trawlers*, apostando sobre un diseño que, unido a la funcionalidad, imprescindible en un barco, cobra un valor estético determinante, que ha dado vida a nuevas tipologías de yates. G

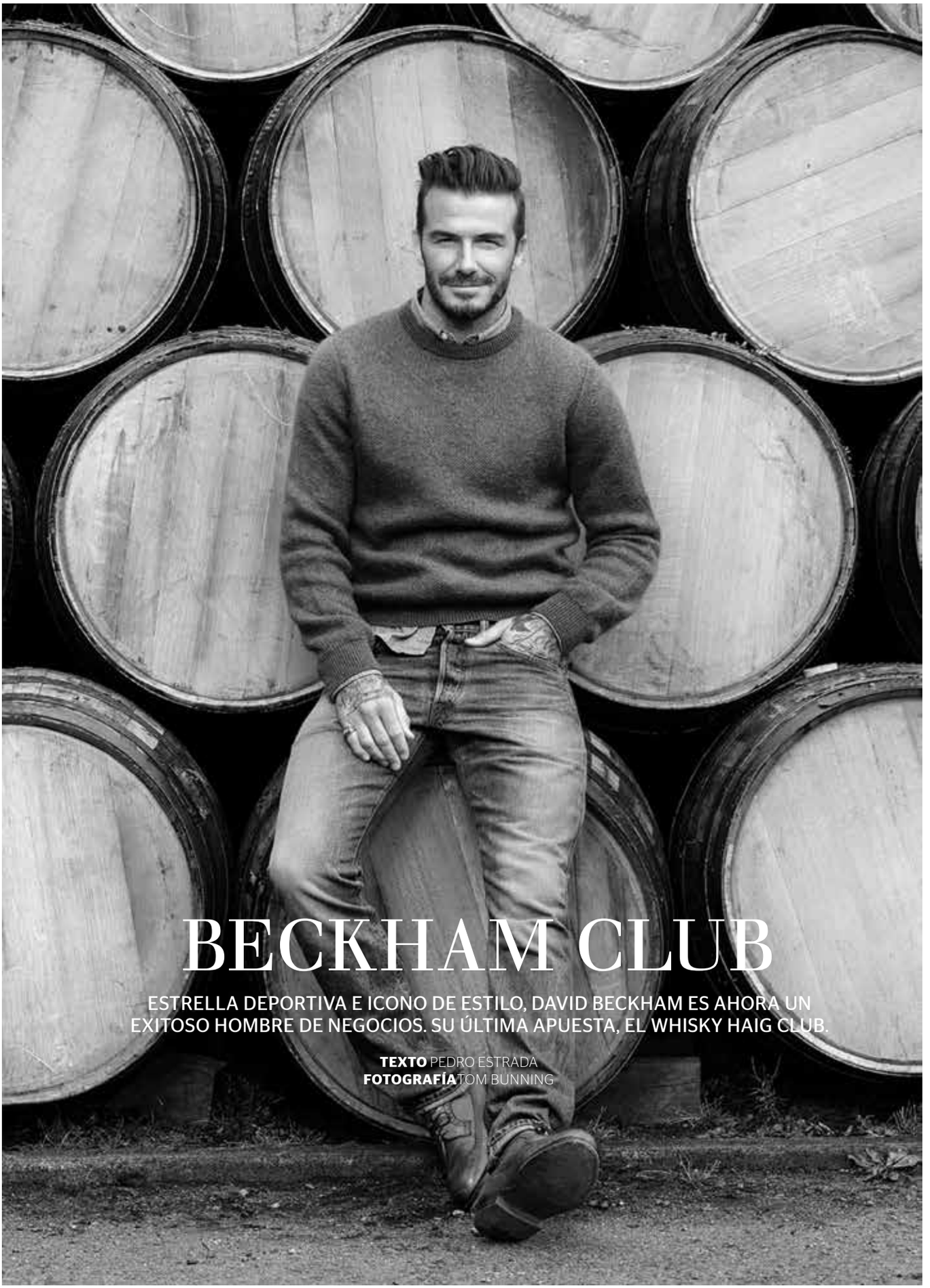


C. BOAT La altura contenida contribuye al *look* de *sport cruiser*, al que alude la C de este C.Boat. Se trata de una embarcación con un baricentro bajo que limita los movimientos de cabeceo y, sobre todo, balanceo. 27,30 m en total por 7,50 m y 14 nudos de velocidad máxima.

CANTIERE DELLE MARCHE Botado recientemente el ejemplar número 4 de esta *explorer* Darwin 86, cuyo proyecto ha sido desarrollado por Hydrotec de Sergio Cutolo. El barco mide 26,04 por 7,43 de ancho y alcanza los 11,5 nudos de velocidad máxima.




POPULAR
Tarjeta Prestige
Algunos disfrutan de lo mejor del momento, otros simplemente de lo mejor.
Con Prestige usted disfrutará del doble millas en restaurantes locales e internacionales, sus necesidades de viaje serán atendidas por un asistente personal y tendrá acceso exclusivo a más de 700 salones VIP en aeropuertos.
#VisaPrestigePopular
A tu lado, siempre.
POPULAR
PRESTIGE
4173 9700 1234 5678
VISA
www.popularenlinea.com
Telebanco 809-544-5555
@Popularenlinea
Popularenlinea
Experiencia Popular
Banco Popular Dominicano



BECKHAM CLUB

ESTRELLA DEPORTIVA E ICONO DE ESTILO, DAVID BECKHAM ES AHORA UN EXITOSO HOMBRE DE NEGOCIOS. SU ÚLTIMA APUESTA, EL WHISKY HAIG CLUB.

TEXTO PEDRO ESTRADA
FOTOGRAFÍA TOM BUNNING

AÑO 2013. DAVID ROBERT JOSEPH BECKHAM, el futbolista inglés más famoso de la historia, cuelga definitivamente las botas. Aquella última temporada defendía los colores del París Saint-Germain por unos 800.000 euros mensuales que destinó a fines caritativos. Año 2014. Beckham ingresa 70 millones de euros, 30 más que Messi, la estrella mundial en activo con mayores ingresos.

A sus 40 años, el londinense atraviesa una de sus mejores etapas, algo difícil para quien ha alcanzado las mayores cotas de éxito profesional y personal. Embajador de buena voluntad de Unicef, acaba de ser nombrado Hombre Vivo Más Sexy por la revista *People* y se ha convertido en socio y abanderado del whisky escocés Haig Club, un referente de la nueva elegancia británica que se elabora en la destilería de whisky de grano más antigua de Escocia y que el propio Beckham quiso promocionar en España *apadrinando* la apertura, en Madrid, de una *pop-up store* para su lanzamiento (hasta el 5 de enero).

Los pasos que ha dado desde sus inicios en el Manchester United han marcado la hoja de ruta de otros muchos ases del deporte que, a semejanza de él, aspiran a construir una marca personal capaz de garantizarles unos suculentos ingresos adicionales durante e incluso después de su carrera profesional: de ídolo local a ídolo internacional —fue capitán de la selección inglesa con solo 25 años—; de ahí, a icono de estilo y creador de modas y tendencias —tatuadores y peluqueros le estarán eternamente agradecidos—; después, pasó a convertirse en imagen de las principales marcas, no solo deportivas, sino también de objetos de lujo; y, por último, se transformó en socio comercial de esas mismas marcas, diseñador de colecciones e inversor.

El exfutbolista británico es el deportista retirado con mayores ingresos del mundo gracias a su continua búsqueda de nuevos proyectos en los que involucrarse: mantiene contratos publicitarios con un canal de televisión, firmas de relojes, tecnología y automóviles; es embajador de la liga de fútbol profesional de China; ha adquirido, a través de una empresa mixta con el empresario boliviano Marcelo Claure, los derechos para crear un equipo de fútbol profesional de la liga de fútbol estadounidense —será el Miami Beckham United— e invierte, incluso, en nuevos desarrollos tecnológicos, como una aplicación británica, llamada MyEye, para las transmisiones de vídeo en directo a través de Internet. Y además de ser la imagen de diversas marcas de ropa y calzado deportivo, en junio de este año Beckham lanzó su propia línea de ropa masculina, que incluye prendas y complementos.

La pareja perfecta

El fenómeno Beckham como icono de estilo no se puede entender sin la figura de su esposa, Victoria, con quien lleva casado desde 1999 y con la que comparte cuatro hijos —Romeo, Brooklyn, Cruz y Harper—. Fue Victoria la responsable de sus continuos cambios de *look*, de las atrevidas propuestas estilísticas que le llevaron a ser noticia de manera recurrente en medios que poco o



En la otra página: **Beckham** posa apoyado en unas barricas de whisky.
Sobre estas líneas: **Haig Club** se levanta sobre una herencia destiladora de casi 400 años. En 1824, **John Haig** estableció la destilería en Cameronbridge, donde se encuentra.



ningún interés tenían en su faceta deportiva. De la noche a la mañana, David Beckham se convirtió en el altavoz de las nuevas tendencias, en la correa de transmisión entre los templos bautismales de lo *cool* y las masas populares. Se convirtió en el objeto de deseo de todo anunciante.

Además de su mujer, el otro nombre clave en la trayectoria de Beckham como hombre de negocios es el de Simon Fuller, creador de exitosos programas televisivos como *American Idols*, representante del matrimonio y socio en muchos de sus proyectos. Fuller, mánager de las Spice Girls —y de estrellas deportivas como Lewis Hamilton o Andy Murray—, fue quien le presentó a Victoria. "Solo por eso le estoy agradecido de por vida —explicaba Beckham en una entrevista reciente—. Es bueno tener a tu lado a alguien a quien respetas dentro del mundo de los negocios; y ahora que me voy introduciendo cada vez más en este universo su ayuda resulta fundamental".

Si la creación de una intachable marca personal le han granjeado centenares de ofertas comerciales de las compañías más poderosas del mundo, el haber sabido rodearse de los consejeros adecuados y su propia sabiduría empresarial le han permitido siempre escoger con tino aquellos proyectos en los que debía embarcarse. "A lo largo de los años las marcas se han acercado a mí para involucrarme en ciertas cosas y siempre he sabido cuándo era correcto o no quedarme al margen —explica Beckham—. Tan pronto como me hablaron del whisky Haig Club, de la familia Haig y de la historia que había detrás de este whisky, estaba dentro. Es genial ser parte de una familia con 400 años de acervo".

El interés del londinense por el whisky viene de antiguo, como él mismo comenta: "Siempre quise ser un bebedor de whisky, pero siendo un atleta nunca tuve la oportunidad de introducirme en ello. Nunca he bebido demasiado durante mi carrera, que ha durado veintidós años".

¿Y cómo le gusta tomar el whisky a David Beckham? "Solo —responde—. También me gusta con hielo o en cóctel. Creo que eso es lo bueno de Haig Club; la versatilidad de esta bebida es realmente increíble. Si hablamos de cócteles, personalmente, el *Clubman* (con Haig Club, refresco de manzana con burbujas y unas gotas de *bitter* de jengibre) es mi favorito, pero cuando estoy sentado en casa, tranquilo, viendo la televisión, lo tomo con hielo".

La capacidad de influencia del exfutbolista en los gustos y decisiones del gran público también se deja notar entre sus allegados. "Estoy bastante sorprendido. He convertido a bastantes personas en el último año. Amigos y familiares que antes no eran bebedores de whisky, de repente, todos lo son y eso no es por las botellas gratis de Haig Club, sino porque están descubriendo una nueva bebida. Se trata de un Single Grain Scotch Whisky, algo que no suelen beber normalmente. Lo encuentran intrigante. No paran de llamarme para pedirme botellas. Yo les recuerdo que pueden comprarlas. La primera o la segunda eran gratuitas, pero después de eso...". Al fin y al cabo, los negocios son los negocios.



Sobre estas líneas: Un barril para la maduración del whisky y utensilios para su manejo. El trabajo artesanal es parte fundamental en la elaboración de **Haig Club.**



ÚLTIMAS APERTURAS EN MODA Y RESTAURACIÓN

ALDO

EL AGAVE
La Autentica Comida Mexicana

Segafredo

PARFOIS

Call Now for your free Shuttle:

1-809-552-8725 1-829-257-9730

FOURSQUARE

palmareal

REGALOS & SUEÑOS

UNA EXQUISTA SELECCIÓN PARA DEVOLVER EL REGALO A LA CATEGORÍA DE EXCELENCIA QUE EL MERO CONSUMO AMENAZA CON ARREBATARLE.



Una de las obras de arte creadas por este diseñador holandés, a base de retorcer no solo las formas, sino también la naturaleza, de los muebles. **SEBASTIAN BRAJKOVIC** (*c.p.v.*).





Inspirada en la *Olive*, fabricada en los 60 para militares y ahora objeto de colección. Esta se llama *M-P Set Safari*. **LEICA** (*9.765 $*).



Futbolín *The Pure*, diseñado por Alain Gilles para esta empresa fundada por una firma de billares y un futbolista. **DEBUCHY BY TOULET** (*6.350 $*).



El humidor más caro del mundo lleva 2.675 componentes de máxima calidad. Solo se fabricarán 12 al año. **IMPERIALI GENEVE** (*956.000 $*).



Imposible contar en estas líneas las bondades de estos auriculares, en los que el lujo más sublime se pone al servicio de la tecnología más avanzada. **SENNHEISER** (*54.000 $*).



Bici de aluminio, diseñada por Lodovico Falconi en 1984, reinventada ahora en una fundación de ayuda a jóvenes. **ALAN** (*c.p.v.*).





Acostumbrada al blanco, la firma holandesa de muebles plegables (inspirados en el *origami*) lanza la *Línea Black*, a la que pertenece esta silla. **FLUX FURNITURE** *(para YEMSO)* (*123 $*).



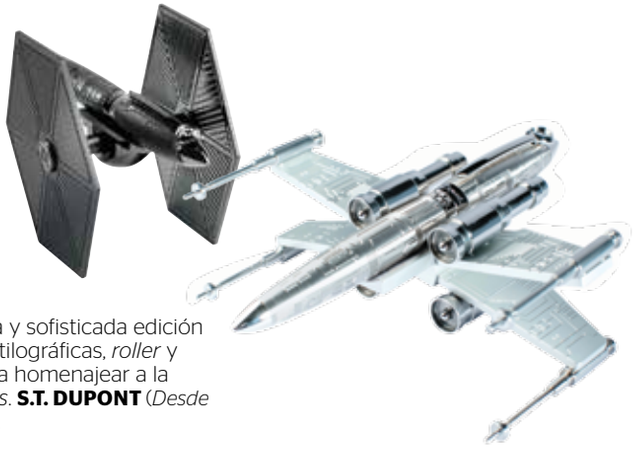
Diseñado por Teresa Sapey, en diferentes tamaños. Un objeto multifunción: macetero, asiento o bote para escritorio. **ADAN (para VONDOM)** (*c.p.v.*).



Exquisito set de póker con concha de nácar, laca y marquetería. Para jugadores con mucho estilo. **CARTIER** (123.000 *$*).

Con motivo del 50 aniversario del modelo *Château 150*, un clásico de la casa, la firma lanza esta elegante versión en fibra de carbono negro mate. **LA CORNUE** (*40.400 $*)





Una ingeniosa y sofisticada edición limitada de estilográficas, *roller* y bolígrafos para homenajear a la saga *Star Wars*. **S.T. DUPONT** (*Desde 500 a 1.700 $*).





Una colección de yates, reproducción en piezas de algunos reales tan emblemáticos como *Aquarama*, diseñada por madeindreams. **RIVA YACHT** (*148 $*).







La primera colección de maletines para hombre de esta marca especializada en artículos de piel. **SCHARLAU** (*509 $*).



Lámpara de pie, con un toque cinéfilo, modelo *Manufactory*. Diseño industrial, con base de trípode en madera regulable. **KARE** (*786 $*).



Altavoces con forma de mesa, fabricados en cuero y madera. Funciona mediante *bluetooth*. **A-TIPICA** (*1.943 $*).

Humidor de viaje de una de las firmas que más sabe de cómo moverse por el mundo. **RIMOWA** (*510 $*).



No solo tradición y belleza, también tecnología, se esconden tras esta silla, modelo *Talaris*, con un esqueleto de materiales únicos. **HERMÈS** (*c.p.v.*).





Adornos navideños inspirados en Sicilia, tan cercana a los creadores de la marca, y en su tradición de títeres y caballeros mediavales. **DOLCE&GABBANA** (*c.p.v.*).



De la colección *Objets Nomades*, esta *Swin Chair* ha sido diseñada por Patricia Urquiola y fabricada en nailon y cojines de piel. **LOUIS VUITTON** (*c.p.v.*).



La firma de cristalería para el vino por excelencia lanza *Amadeo Double Magnum*, una edición limitada en cristal soplado de 3 l. de capacidad. **RIEDEL** (*1.050 $*).



Para mantenerse en forma: máquina de remos, con un diseño estilizado, que utiliza el agua en su mecánica para un mayor realismo. **WATERROWER** (*Desde 1.060 $*).



Su nombre, *Rockstar*, indica su intención de atraer toda la atención. Mueble bar hecho a mano, de roble o nogal e interior forrado de piel. **BUSTER + PUNCH** (*5.310 $*).



La firma británica reinterpreta y colorea el *tweed* con una versión en gris y azul, en una nueva gama de accesorios: bandolera, bolsa, gorra, manta y cojín. **HACKETT** (c.p.v.).

Forrados en piel, de la colección *Fine Stationery*: cuadernos y agenda para celebrar el placer de escribir a mano. **MONTBLANC** (*41 $*).





Dior by Avedon

Las legendarias imágenes que Richard Avedon tomó durante casi 30 años de las creaciones de Christian Dior, recopiladas en un libro editado por Rizzoli. **DIOR** (*160 $*).

Estilográfica, en edición limitada de 331 unidades, basada en el modelo incónico de la firma, *Arte Italiana Milord*. **OMAS** (*c.p.v.*).





Coche a pedales hecho a mano, basado en el mítico *Defender*. De momento un prototipo, saldrá a la venta en primavera. **LAND ROVER** (*14.880 $*).

CUESTIÓN DE ESTILO

ACCESORIOS Y DETALLES CARGADOS DE GLAMOUR PARA ACERTAR EN CUALQUIER TIPO DE REGALO.



Pluma de **MONTBLANC**..

Pajarita de seda de **LANVIN**.





My Burberry, *eau de parfum* de **BURBERRY**.



Corbata de **YSL**.



Cinturón reversible en piel de **DUPONT**.



Corbata, edición limitada a 20 unidades, en colaboración con el artista John Armleder, de **BRIONI**.



*Jacquard Skul*l, pashmina roja de **SCALPERS**.



Gemelos de paladio con esmalte negro y las siglas de la firma de **CAROLINA HERRERA**.

Sombrero de ala ancha de **BORSALINO**.





Deportiva de *running* de **CAROLINA HERRERA**.



Set de Backgammon *Bourdon* de **DUNHILL LONDON.**



Encendedor *Ad Vintage* de **DUNHILL LONDON**.

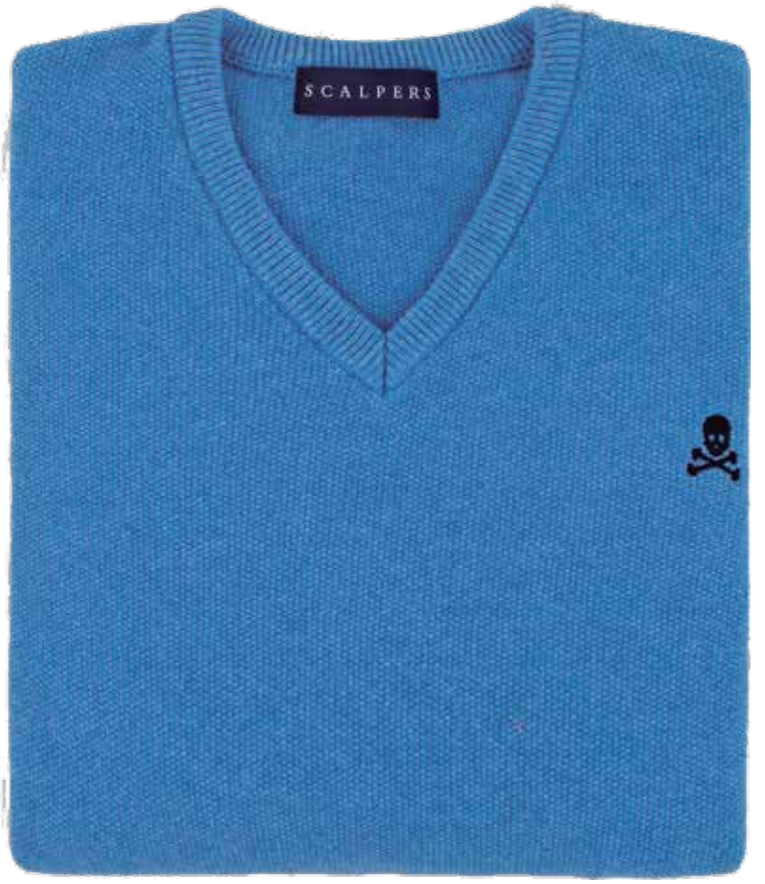
Set de maletas de **MONTBLANC**.

MONTBLANC. Brazalete *Creative*, con el exclusivo diseno de los 3 anillos Meisterstück de plata esterlina,





El ingenioso equilibrio entre el acetato negro y las patillas metálicas delgadas confiere a estas gafas de sol con montura *Panthos* un aire de refinamiento contemporáneo. **MONTBLANC**.



Jersey azul celeste con tejido de estructura, cuello de pico y calavera bordada de **SCALPERS**.

Pinza para billetes, de acero con incrustación de carbono de **MONTBLANC**.

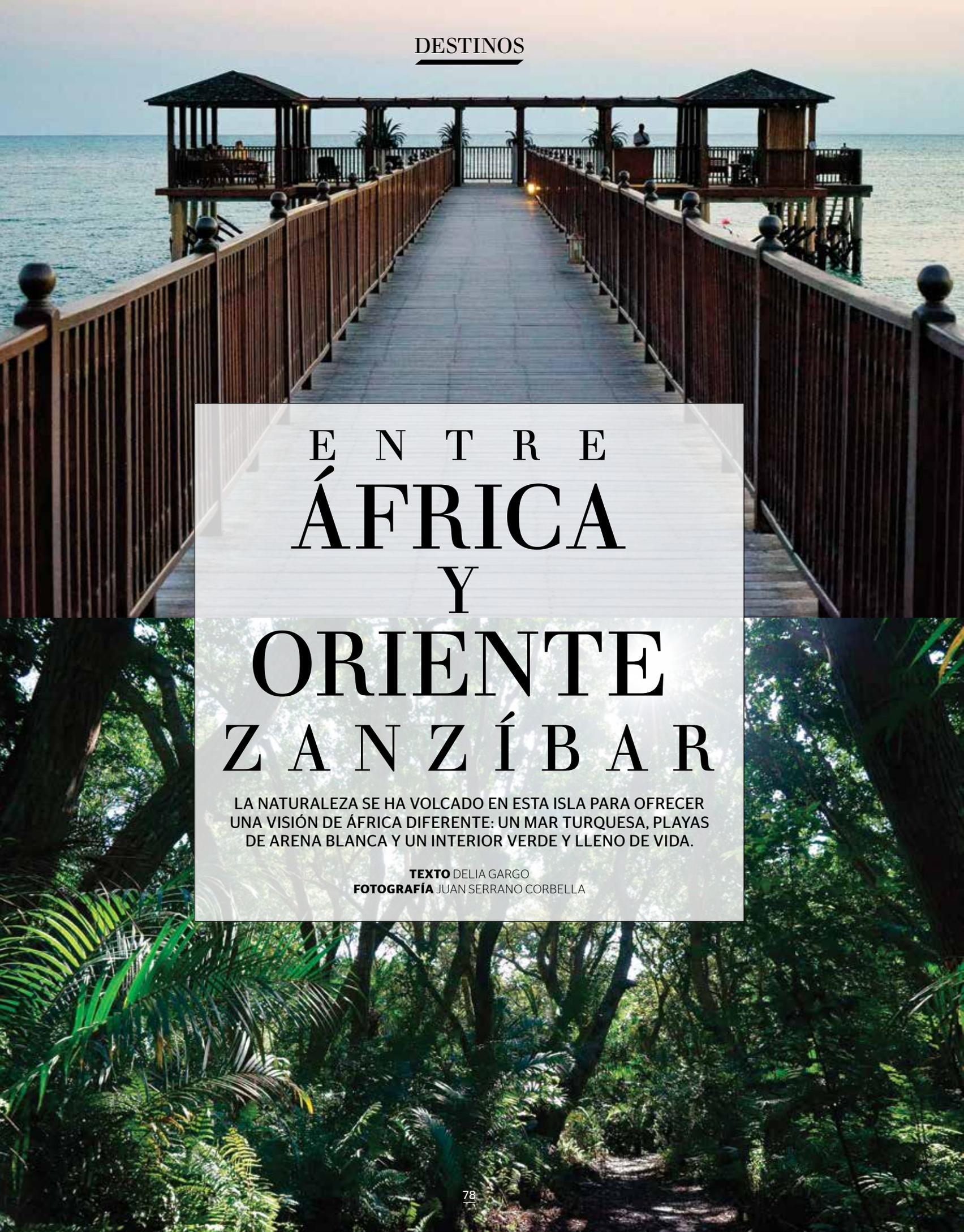




Reloj modelo *Hommage to Nicolas Rieussec II* de **MONTBLANC**.



Bolsa de viaje *Duke Large Zip*, de **DUNHILL LONDON.**



ENTRE ÁFRICA Y ORIENTE
ZANZÍBAR

LA NATURALEZA SE HA VOLCADO EN ESTA ISLA PARA OFRECER UNA VISIÓN DE ÁFRICA DIFERENTE: UN MAR TURQUESA, PLAYAS DE ARENA BLANCA Y UN INTERIOR VERDE Y LLENO DE VIDA.

TEXTO DELIA GARGO
FOTOGRAFÍA JUAN SERRANO CORBELLA

ZANZÍBAR NOS DESCUBRE UNA VISIÓN de África diferente: la de una isla que por su situación, a pocas millas del continente, fue codiciada por las grandes potencias al tratarse de la puerta de entrada a las riquezas africanas. Las huellas culturales que los colonizadores fueron dejando se han ido sucediendo a lo largo de la historia, solapándose y mezclándose pero no excluyéndose. Zanzíbar es tierra de mercaderes y mercancías, como las especias, que llegaban a costar más que su peso en oro, o el desaparecido marfil. Fue también el último puerto del comercio de esclavos que partía hacia Asia, Europa y América. Pero, sobre todo, Zanzíbar es una isla bendecida por la naturaleza con un mar turquesa lleno de vida, unas playas de arena tan blanca como la nieve y un interior verde intenso.





En la pág. anterior: El embarcadero, o *The Jetty*, uno de los emblemas distintivos del hotel **The Residence Zanzibar**. *Sobre estas líneas:* las aguas turquesas de **Jambiani**. *A la izquierda:* Playa con embarcaciones de pesca en la bahía de **Chwaca, Michamvi**.

El salvaje sur

Cerca del pueblecito pesquero de Kizimkazi, situado en un bosque de palmeras y limitando con el canal que separa el suroeste de la isla del África continental, emerge el hotel The Residence Zanzibar. Sus 66 elegantes *pool-villas,* cuya construcción se basa en la arquitectura fusión local de origen omaní, africano, portugués e inglés, cuentan con piscina privada y amplias terrazas. Desde el fabuloso restaurante se divisan las luces de Dar Es Saalam, la capital continental de Tanzania. El hotel ofrece un trayecto de unos 20 minutos para sus clientes *vip* a bordo de una lancha rápida.

A disposición de los huéspedes hay diferentes actividades para elegir. Desde el pintoresco embarcadero se organizan deportes náuticos, safaris de delfines y paseos en los veleros tradicionales, *dhow*, para ver la puesta de sol. Pero para llegar al máximo nivel de relajación, nada como el *spa*, con sus seis pabellones de tratamiento con jardines privados, duchas al aire libre y espacios de relajación. Los aceites y cosméticos que allí se utilizan son de la marca francesa Carita.

Muy cerca del hotel, aunque todo está al alcance en Zanzíbar, ya que se puede recorrer en una hora de este a oeste y dos de norte a sur, está el Parque Nacional de Jozani. Este es un lugar de visita obligada en la isla y allí se encuentra sin dificultad el mono colobo rojo nativo, lo que queda de la selva que en origen cubría todo el territorio y un enorme bosque de manglares, que da la sensación de encontrarse en un santuario de la naturaleza y que se recorre por una intrincada red de pasarelas de madera.

Las playas del Este

Al noreste de la isla de Zanzíbar encontramos un verdadero edén de la naturaleza en la bahía de Chwaca, en Michanvi, donde el atardecer no es de este mundo. Para disfrutarlo en un ambiente distendido, el hotel Michamvi Sunset Bay es el lugar ideal. En este establecimiento, el viajero se siente en seguida parte de este entorno privilegiado y experimenta algo que quedará grabado en su mente. Desde allí se pueden visitar las muchas maravillas de la costa este, como la vecina isla The Rock, que alberga un espectacular restaurante al que se puede acceder a pie en horas de marea baja.

Jambiani, a 20 minutos al sur de Michanvi, ofrece playas de arena blanca y aguas turquesa. Tras la hilera de *bungalows* y techos de paja, encontramos un pequeño pueblo de costumbres agrícolas y tradicionales comercios. Los locales son tranquilos y viven sin un ápice de estrés. La única actividad que requiere planificación es la pesca, ya que las mareas de Jambiani son absolutamente caprichosas.

Otra experiencia imprescindible para vivir Zanzíbar es sumergirse en las aguas que rodean el atolón de Mnemba, el área marina protegida más famosa del archipiélago. El arrecife de Mnemba es conocido por buceadores de todo el mundo por su fondo marino repleto de vida, así como por los frecuentes encuentros con grandes animales como la tortuga verde o el delfín común. Por alguna razón, los delfines de

EL EXTRAORDINARIO ARRECIFE DE MNEMBA OFRECE UN FONDO REPLETO DE VIDA Y LA POSIBILIDAD DE BUCEAR ENTRE DELFINES Y TORTUGAS VERDES









De izq. a dcha.y de arriba abajo: Detalle de puerta labrada de inspiración india en **Stone Town**; entrada a la antigua fortaleza árabe; casas de comerciantes árabes entre el puerto y las calles del centro; una de las habituaciones de la suite *Aida*, del hotel **Emerson Spice**.
Abajo: cartel de la película *Zanzibar* (1940), en el hotel Emerson Spice.



esta zona se sienten atraídos por los barcos de los buceadores y suelen nadar alrededor de ellos, permitiéndoles saltar al agua y bañarse en su compañía.

Sorprendente Stone Town

Patrimonio de la humanidad por la Unesco y capital de Zanzíbar, Stone Town es un reflejo de la herencia histórica de la isla. Sus serpenteantes callejuelas, con sus puertas labradas de herencia india y omaní, y el bullicioso mercado de Darajani hacen las delicias de los más aventureros. Es obligada la visita al mercado de esclavos, que ofrece una visión de la parte más terrible de la historia de África. Al pasear por el casco histórico, es inevitable toparse con el café Jaws Corner. Allí se dan cita pescadores y comerciantes locales tras la dura jornada y se respira el auténtico ambiente de la ciudad.

Justo al lado de la antigua fortaleza, construida por el sultán de Omán para defenderse del ataque de la flota portuguesa en el siglo XVII, encontramos la famosa House of Wonders (1883), que fue la primera edificación con energía eléctrica de todo el este africano, ya que el sultán quería convertir este edificio en un emblema de la modernidad de su mandato. A sus pies se encuentra el parque de Forodhani, con vistas a Prison Island, donde recluían a los esclavos que se sublevaban. Ahora, esta isla alberga una reserva de tortugas gigantes y un hotel. En este balcón al mar, todas las noches se recrea una de las auténticas estampas de la vida de Stone Town: decenas de puestos de comida, donde se cocinan platos locales en un ambiente único.

Para sentirse como un antiguo mercader árabe, no hay nada como el Emerson Spice. En pleno corazón de la ciudad, desde la terraza se puede observar cómo fluye la vida en Zanzíbar, con sus comercios, cantos de muecines y rebosante actividad. Este hotel boutique es el sueño africano del estadounidense Emerson Skeens, quien rescató de la ruina el palacio construido por el último gobernante *swahili* de Zanzíbar y convirtió cada habitación en una recreación de las grandes referencias de la ópera, el cine y el teatro con el nombre de sus divas.

Ethiopian Airlines vuela desde Madrid vía Addis Abeba desde 575 €. www.ethiopianairlines.com

The Residence Zanzibar. www.cenizaro.com/theresidence/zanzibar

ichamvi Sunset Hotel. www.michamvi.com

Emerson Spice Hotel. www.emersonspice.com

Centro de buceo en Nungwi Spanish Dancer Divers. www.divinginzanzibar.com.

tu país
ES UN PARAÍSO DE OPORTUNIDADES



SER UNO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS IDEALES A NIVEL MUNDIAL NOS EMOCIONA E IMPULSA A SEGUIR OFRECIENDO LAS MEJORES OPCIONES TURÍSTICAS Y A SEGUIR CUIDANDO NUESTROS PAISAJES.

BanReservas

El banco de los dominicanos

BanreservasOficial @BanreservasRD BanreservasRD banreservas.com 809 960 2121

MOTOR TEST

MINI IRRUMPE EN EL SEGMENTO COMPACTO CON UN 6 PUERTAS.

TEXTO JUAN PARRA



MINI CLUBMAN

CARROCERÍA: Compacto. + **MOTOR:** Diésel y gasolina. + **POTENCIA:** 102 a 192 CV. + **CAMBIO:** Manual y automático. + **PRECIO:** 23.800 a 33.200 €.

UN FÁCIL JUEGO DE PALABRAS nos permitiría hablar de *minirrevolución*; fácil pero acertado. El nuevo MINI Clubman representa, sin duda, una revolución porque supone una radical evolución -en absoluto ruptura- de algunas de las características de la firma: es el primer compacto *premium* que lanza MINI, con el objetivo explícito de convertirse en la primera elección de cualquier hogar. No se trata de un capricho, de una opción teñida de sentimentalismo y destinada al uso diario en ciudad. La amplitud y versatilidad de esta nueva propuesta llega para conquistar no solo el corazón, sino también a los amantes de la funcionalidad más exigente, del confort más atractivo y el diseño más sorprendente. Y si añadimos el concepto MINI a esa revolución no es por su alcance, sino porque, como no podía ser de otra forma, el nuevo MINI Clubman se mantiene fiel a algunas de las raíces sobre las que se ha sustentado el éxito de la marca: uno puede querer este coche por todo lo que ofrece, pero también, simplemente, por ser lo que es. Expliquemos por qué.

No sería descabellado interpretar que el icónico Mini Clásico, cuya primera versión moderna fue lanzado hace 15 años, se ha hecho mayor, ha madurado. Y mucho. Porque se ha convertido en un compacto de 6 puertas -las *split doors* traseras otorgan al vehículo un aspecto único e inconfundible-; con capacidad para 5 amplias plazas; un maletero con un volumen de 360 litros, ampliables a 1.250 con los asientos traseros abatidos; y con las mayores dimensiones de toda la gama: 4,25 metros de largo por 1,8 metros de largo.







El **MINI Clubman** es un compacto *premium* en todos los sentidos. Con las mayores dimensiones de toda la gama, su interior ofrece una consola y sistemas de control completamente renovados y acabados con revestimientos en cuero y posibilidades de personalización.

La radicalidad de los cambios afectan también al interior. Todo en él es nuevo, diferente, orientado a hacer de la conducción una experiencia no solo útil y cómoda, también divertida y placentera. Así, su ancho salpicadero, con revestimiento en forma de elipse a su alrededor, incluye un panel de control central en forma circular armoniosamente integrado, con anillo LED interactivo; una consola central con freno de estacionamiento eléctrico, diversos vanos portaobjetos, dos portavasos, apoyabrazos y MINI Controller; con el velocímetro y cuentarrevoluciones sobre la columna de la dirección.

El exterior, a pesar de su revolucionario concepto, mantiene muchas de las señas de identidad características de MINI. Destaca su expresivo frontal con algunos de los elementos característicos de la gama, como los faros redondos y la parrilla hexagonal, incorporando nuevos elementos aerodinámicos, como entradas de aire laterales. Su silueta alargada, con cuatro puertas laterales, culminan en una sugerente parte trasera en la que las características *split doors* están llamadas a convertirse en un emblema del modelo, cuya apertura, por cierto, puede realizarse de tres formas diferentes: manual, con el mando a distancia y con el sistema llamado *easy opener*, pasando el pie por debajo del parachoques trasero.

Una conducción segura

Es este avance tecnológico solo una de las muchas innovaciones que incluye el nuevo MINI Clubman y que reafirman su carácter *premium*. Por ejemplo, su Driver Assistance, que incluye desde asistente de aparcamiento y cámara trasera hasta asistente de luces, detección de peatones, control de crucero activo con aviso de colisión y detector de señales de tráfico; o una nueva antena con alarma luminosa que parpadea y permite reconocer el coche a distancia; o el logo MINI de bienvenida iluminado en el suelo desde el retrovisor exterior del piloto.

Desde el punto de vista mecánico, el MINI Clubman se presenta en seis modelos con potencias que van desde los 102 CV del MINI One a los 192 del Cooper S; disponibles en motores diésel y de gasolina; y con transmisión delantera con caja de cambios manual de 6 marchas de serie, con posibilidad de cambio automático de 8 velocidades en las versiones de 4 cilindros. La seguridad es otro de los puntos fuertes de este modelo que, en el marco de una carrocería optimizada en términos de peso y resistencia a impactos, ofrece de serie *airbags* frontales y laterales y sistema de control de la presión de los neumáticos.

Con nuevos colores y con múltiples posibilidades de personalización, dicen sus creadores que el instinto nos dirá que es el coche que queremos nada más probarlo. Quizás no haga siquiera falta acercarse a él para saberlo.









TEXTO SAMANTHA PRIMAT

ILUSTRACIONES DAMIANO GROPPI

VIGENCIA DEL SMOKING

LOS SECRETOS DEL CONJUNTO MASCULINO DE GALA MÁS EXTENDIDO DE NUESTRO TIEMPO.



EL GRAN CLÁSICO

Detalles para un conjunto perfecto.

A. **La pajarita** debe ser de gorgorán o en raso de seda. Debe anudarse a mano. B. **La camisa es blanca,** de piqué. La botonadura puede ir escondida. Se permite usar pechera con dobles oblicuos; la decoración no debe descender jamás debajo de la cintura. C. **Las solapas** pueden ser en pico o redondas (en seda o en gorgorán, el más indicado, porque no se decolora con el tiempo). D. **El azul de medianoche** en lana peinada es una variante del negro clásico. Este matiz se introdujo gracias al duque de Windsor. E. **Los puños** son dobles, a la francesa, para las mancuernillas, que deben ir siempre combinadas con el reloj seleccionado. F. **Los pantalones** tienen una banda lateral de seda negra que trae a la memoria los uniformes militares, parientes lejanos del smoking.

IMPRESCINDIBLE

Así como el cinturón está prohibido –hay que optar por el fajín–, el pañuelo es obligado. Blanco es una opción segura, pero hay más.



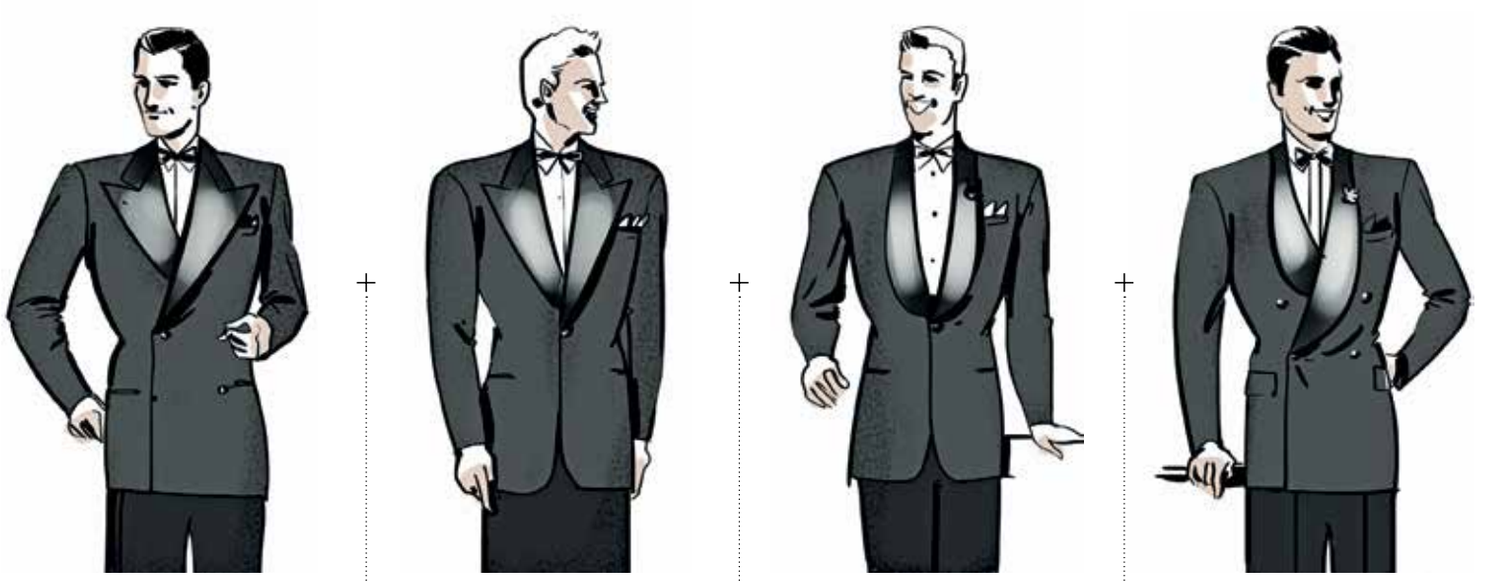
LOS SECRETOS DE LA PAJARITA

Para no equivocarse, elija una pajarita negra en gorgorán, como la de **Marianella** (A), o en seda, como la de **Gucci** (B). Se pueda llevar una preconfeccionada si es diferente, de fantasía o de piel ecológica como la de **Emporio Armani** (C).


A


B


C



CHAQUETA CRUZADA / SOLAPA EN PICO

CHAQUETA RECTA / SOLAPA EN PICO

CHAQUETA RECTA / SOLAPA REDONDA

CHAQUETA CRUZADA / SOLAPA REDONDA

Son las cuatro posibilidades que ofrece la chaqueta del smoking: la elección depende no solo del estilo, sino también de la complexión.

LLEVAR UN SMOKING ES como hablar un lenguaje desconocido, un pequeño error puede arruinar el significado de la frase completa. La gramática de la chaqueta tiene cuatro conjugaciones: recta con un botón o cruzada, y con la solapa en pico o redonda. Un sastre puede ayudarnos a elegir la que mejor nos siente. En general, la chaqueta cruzada con solapa redonda se recomienda a hombres atléticos, y la que tiene solapa en pico le queda bien a quien es alto y delgado. La recta resuelve los problemas a los menos aventurados, que tienen la cintura un poco abultada y los hombros estrechos. La elección de la solapa en gorgorán es la más astuta; las que son de seda son muy llamativas, pero se nota el deterioro con el paso del tiempo. Los pantalones deben siempre tener la banda lateral en gorgorán; de otro modo, el esmoquin corre el riesgo de ser confundido con un simple traje oscuro de cóctel. Jamás se debe llevar cinturón, sino fajín. Donde se puede echar a volar la fantasía es en la elección de los detalles: desde los gemelos hasta el pañuelo. El clavel rojo indica elegancia.

MOCASINES EN LOS PIES



Old Style. En terciopelo borgoña. **Sergio Rossi.**



Clásicos. En terciopelo, con cordoncillos. **Salvatore Ferragamo.**



Bordados. Excéntricos bordados con cristales. **Alberto Moretti.**



Atrevidos. Con detalles a los lados. **Salvatore Ferragamo.**



Uber chic. En charol, para todo tipo de smoking. **Fratelli Rossetti.**



Deep Blue. Sofisticados, en piel y terciopelo. **Corneliani.**

LA DOLCE VITA

Fotografía Giovanni Squatriti
Estilista Giuseppe Ceccarelli

NO HAY SOLO UN SMOKING. LA PRENDA DE GALA POR EXCELENCIA ADMITE MUCHAS POSIBILIDADES. ROMA SIRVE DE MONUMENTAL ESCENARIO PARA MOSTRARLAS.



Traje y camisa de **GUCCI** *(c.p.v.)*.
Pajarita y fajín de **BRIONI** *(105 y 275 $)*.
Gemelos de **MONTBLANC** *(290 $)*.





Traje de **HERMÈS** *(c.p.v.)*. Camisa de **XACUS** *(111 $)*. Pajarita de **Z ZEGNA** *(53 $)*. Fajín de **GUCCI** *(c.p.v.)*. Gemelos de **MONTBLANC** *(290 $)*. *Slipers* de **ALBERTO MORETTI** *(c.p.v.)*. Calcetines de **SARAH BORGHI** *(34 $)*.

Página anterior
Chaqueta de **VALENTINO** *(c.p.v.)*. Camisa de **GUCCI** *(c.p.v.)*. Pajarita de **Z ZEGNA** *(53 $)*. Pantalones de **BERLUTI** *(c.p.v.)*. *Slipers* de **CANALI** *(412 $)*. Calcetines de **SARAH BORGHI** *(34 $)*. Gemelos de **MONTBLANC** *(290 $)*.



Abrigo de doble botonadura de **TAGLIATORE** *(634 $)*. Smoking de **LUIGI BIANCHI MANTOVA SARTORIA** *(1.056 $)*. Camisa de **XACUS** *(111 $)*. Pajarita de **BRIONI** *(106 $)*. Gemelos de **MONTBLANC** *(290 $)*.

Camisa de **GUCCI** *(c.p.v.)*. Smoking de **BRIONI** *(c.p.v.)*. Pajarita y fajín de **ERMENEGILDO ZEGNA** *(243 $)*. Gemelos de **MONTBLANC** *(290 $)*. *Slipers* de **CANALI** *(412 $)*. Calcetines de **SARAH BORGHI** *(34 $)*.



ALESSANDRO BORGHI *(Roma, 1986)*, quien nos ha servido de modelo de excepción para esta producción, es actor. Considerado una de las jóvenes promesas del cine italiano, con varias series de televisión en su currículum, entre los largometrajes en los que ha participado destacan *5 (Cinque), 2011*, y recientemente, en *2015*, *Suburra*.

TEXTO LUCÍA HEREDERO

FOTOGRAFÍA GEMMA LÓPEZ

SEDUCCIÓN

FRAGANCIAS MISTERIOSAS E INTENSAS
PARA UNA NOCHE QUE SE VISTE DE FIESTA.

Polo Blue, de **RALPH LAUREN.** Aromática-*fougère*, con mandarina, pepino, albahaca y madera *(85 $).*
Luna Rossa, de **PRADA.** Inspirada en la navegación, transmite emoción y evoca notas marinas *(88 $).*
BALMAIN HOMME. Oriental, amaderada, con nuez moscada, azafrán, cuero y hojas de violeta *(85 $).*
GUCCI *Guilty Pour Homme*. Cautivadora, para un hombre moderno. Limón, lavanda y sándalo *(82 $).*
Emblem Intense de **MONTBLANC.** Pomelo, cardamomo, salvia, con madera y pimienta *(80 $).*
Platinum Égoïste, de **CHANEL.** Lavanda, romero, naranja, salvia, vetivert y cedro *(94 $).*
Vela Figue Glacé, colección Subzero **BYREDO** *(68 $).*
Neceser **MISMO,** en **YUSTY** *(185 $).*
Afeitadora Serie 9000 Sensotouch, **PHILIPS** *(392 $).*
Pajarita de lunares, **EMIDIO TUCCI** *(27 $).*
Pin con forma de flor de pata de gallo, **LANVIN** en **YUSTY** *(137 $).*
Cepillo de dientes eléctrico, de **FOREO** *(178 $).*
Jabones hechos a mano, **LUSH** *(desde 5 $).*
Mobiliario en **GUNNI&TRENTINO**.

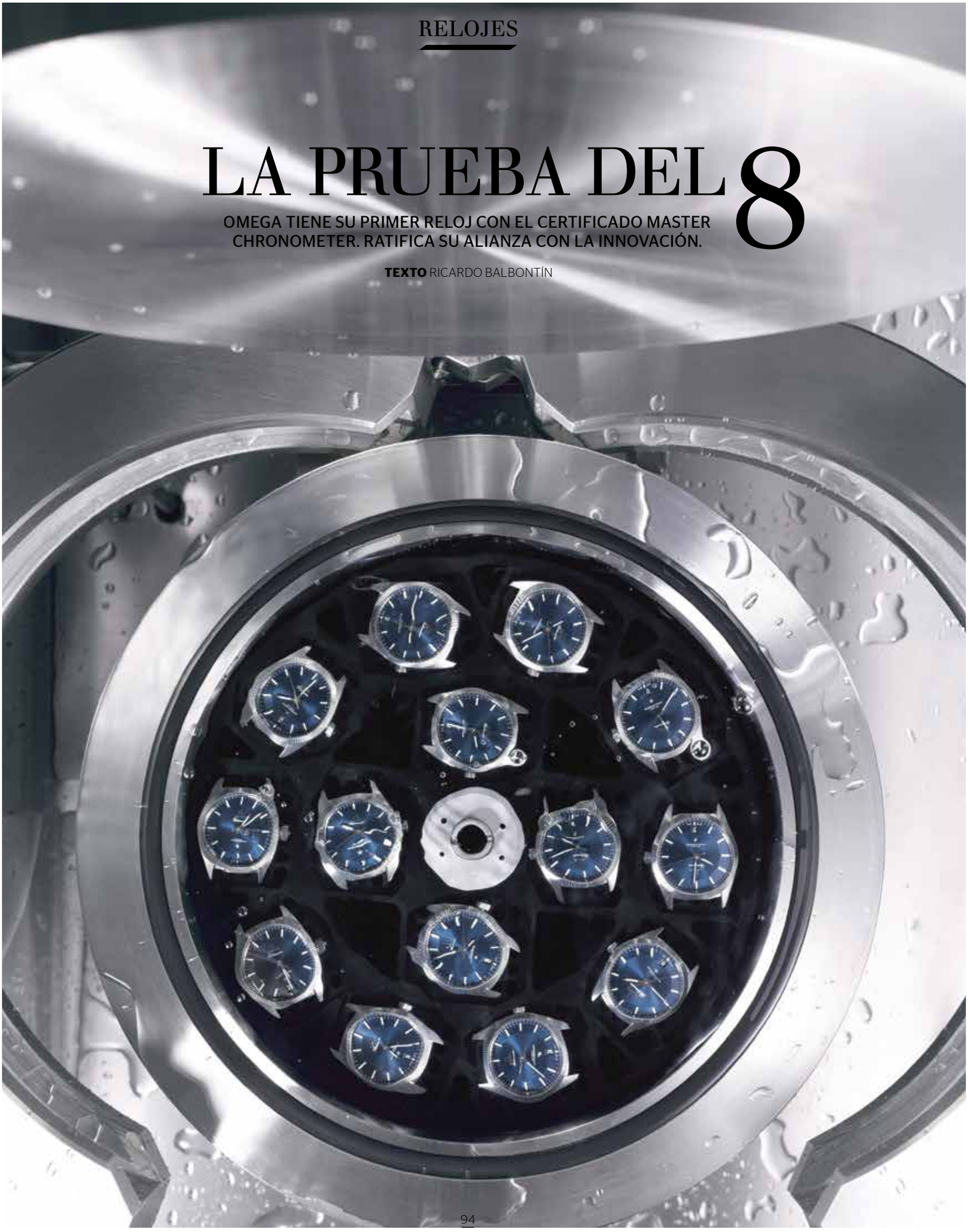


Black Orchid, de **TOM FORD.** Contiene *ylang-ylang*, bergamota, limón, loto, vetivert y chocolate mejicano. Pura originalidad *(105 $).*
CH Men Privé, de **CAROLINA HERRERA.** Notas cálidas de whisky y cuero, y frescas de pomelo, tomillo, cardamomo y lavanda *(65 $).*
La Nuit, de **ISSEY MIYAKE.** Con bergamota, pera, menta, lima, canela, vainilla negra y ámbar *(65 $).*
In Black, de **BULGARI MAN.** Una singular creación neo-oriental con especias, ámbar y un toque ahumado *(132 $).*
Boss The Scent, de **HUGO BOSS**. Con un ingrediente exclusivo: la marinka; con una base de cuero y un toque de jengibre *(94 $).*
Colonia Essenza, de **ACQUA DI PARMA.** Edición especial inspirada en el smoking, con un elegante frasco recargable *(116 $).*
Colutorio **AESOP,** en **ISOLÉE** *(21 $).*
Brocha de afeitado, **VIE-LONG** *(19 $).*
Jabón de afeitado **FLORIS,** en **ISOLÉE** *(48,6 $).*
Toalla de hilo, de **HERMÈS** *(370 $).*
Mobiliario en **GUNNI&TRENTINO**.

LA PRUEBA DEL 8

OMEGA TIENE SU PRIMER RELOJ CON EL CERTIFICADO MASTER CHRONOMETER. RATIFICA SU ALIANZA CON LA INNOVACIÓN.

TEXTO RICARDO BALBONTÍN









En la otra pagina, los **Globemaster** en el control de estanqueidad. *Sobre estas líneas y a la derecha,* la planta de última generación donde se ensamblan los calibres, en **Villeret**. *Arriba,* robot en el que se simula el movimiento del reloj

LA EVOLUCIÓN NO ES solo un objetivo, en el caso de Omega es el sentido último que ha jalonado su historia dentro del territorio de la precisión. Un salto de calidad permanente que ha ido confeccionando un territorio relojero en el que se alcanzan cotas que simplemente hace unos años serían consideradas imposibles. Durante los últimos años, en Omega han ido preparando un camino de crecimiento relojero que tiene en el Master Chronometer algo más que un certificado; estamos ante una forma de entender y mostrar el escenario de la cronometría, del salto de calidad mecánica, de asumir que en la época contemporánea el axioma de la perfección pasa por una variable, la de la precisión, que exige que sea lo más ajustada a la realidad del paso del tiempo. Eso es Master Chronometer, la superación de los valores que están presentes en el certificado oficial de cronometría que expide el COSC –hasta ahora el organismo que ha aglutinado la mayoría de los controles oficiales, aunque existen otras experiencias e iniciativas–, en una clara demostración de que esos niveles son mejorables.

El primer protagonista de esta nueva medida cronométrica es ya una realidad. Si hace unos meses Omega, durante Baselworld, anticipaba el nombre de una novedad, el Constellation Globemaster, que sería el encargado de ostentar en primer lugar el título de Master Chronometer, ahora esa realidad lleva directamente al futuro. Un porvenir donde quedará de manifiesto el tesón y la voluntad de crecimiento, pues como aclara Stephen Urquhart, el presidente de la compañía, "el objetivo en es que en 2020, el 80% de los relojes producidos por Omega tengan el distintivo de Master Chronometer".

Niveles de calidad

Y si analizamos los logros e innovaciones obtenidos por la firma de Biel en los últimos años, desde que el escape Co-Axial empezó a formar parte de su nueva dinámica mecánica, la propuesta suena muy fiable. Por otro lado, y de eso nadie tiene duda, Master Chronometer establece un nuevo nivel de calidad, y lo hace sin dejar de lado el control del COSC. Ese es un dato importante que demuestra que el interés de la compañía no está en sustituirlo, sino en duplicar el valor mecánico del reloj en términos de precisión cronométrica. Pero además hay otro dato importante, no solo quedan registrados los niveles de precisión, también el funcionamiento y resistencia a los campos magnéticos.

De certificarlo se encarga un organismo ajeno a Omega, el Swiss Federal Institute



No es una imagen futurista, **es el interior de la planta** de ensamblaje que Omega tiene en Villeret.

of Metrology (METAS), que certifica cada uno de los ocho exámenes distintos que pasan los relojes Omega Master Chronometer, incluida la exposición a fuerzas magnéticas de 15.000 gauss o superiores. Todas estas pruebas se realizan durante diez, después de que hayan superado el examen del COSC y por supuesto se hacen tanto del movimiento como con el reloj ya totalmente montado. Uno de los detalles importantes de esta certificación es que METAS actúa de forma totalmente independiente de la compañía relojera y que los datos que ofrece de estos controles son públicos; todo el mundo puede acceder a ellos. Transparencia para esta nueva era dentro de la compañía que, curiosamente, ha tenido como primer protagonista a una pieza en la que se adivina por su estética una parte de la historia de la compañía y una tradición que ahora se conjuga con la última innovación. Aunque en Omega no es fácil separar unos y otros; baste como ejemplo su impresionante manufactura de ensamblaje de Villeret. Lo último en técnica –lo más parecido a un laboratorio– donde una 'autopista' de montaje aventura que el futuro ya ha llegado (por lo menos para la firma de Biel) y lo ha hecho para convertir la relojería en un proceso tan escrupuloso como eficaz de controlar el tiempo. Su precisión.



8 PASOS RIGUROSOS

1 PROMEDIO DE PRECISIÓN DIARIO DEL RELOJ A lo largo de 4 días se comprueba la precisión reproduciendo las condiciones de vida reales. El reloj se coloca en posiciones y temperaturas diferentes una primera vez, se le somete a campos magnéticos de 15.000 gauss, se le separa de ellos y se vuelve a examinar con variaciones de posición y temperatura. En cada etapa se fotografía el reloj y cada 24 horas se contrasta la precisión con el tiempo UTC.

2 FUNCIONAMIENTO MOVIMIENTO ANTE CAMPO MAGNÉTICO Solo se comprueba el calibre en dos diferentes posiciones y durante 30 segundos ante una fuerza magnética de 15.000 gauss. La marcha se comprueba de forma acústica.

3 MARCHA DEL RELOJ ANTE CAMPO MAGNÉTICO En esta prueba es todo el reloj el que revisa su funcionamiento ante los campos magnéticos. Y también se emplea el audio como método de examen.

4 DESVIACIÓN DIARIA DE LA PRECISIÓN En esta prueba se calcula la desviación media del reloj entre los días 2 y 3 de la primera prueba, antes y después de someterse a la influencia de los campos magnéticos a 15.000 gauss.

5 CONTROL DE ESTANQUEIDAD El reloj es sumergido en agua y gradualmente se va aumentando la presión, hasta llegar al límite prefijado. Llega a incluso a superarse ese límite en determinados relojes para garantizar su fiabilidad.

6 RESERVA DE MARCHA Se toman fotografías al inicio y al final del desarrollo de la carga, en primer lugar para saber que cumple con el límite supuesto. Además se examina cualquier desviación y que el reloj funciona con exactitud durante todo el tiempo de descarga prefijado.

7 DESVIACIÓN DEL RITMO DE MARCHA Examen de la precisión media del reloj en seis posiciones diferentes (como si conformaran las caras de un dado). El movimiento debe estar a plena carga y permanece 30 segundos en cada posición. La precisión media se registra por audio. Una vez concluido, la reserva de marcha se reduce a un tercio y se comprueba de nuevo que conserva los niveles de precisión requeridos.

8 RITMO DE MARCHA EN SEIS POSICIONES Similar a la anterior, consiste en colocar el reloj en seis distintas posiciones con la que controlar cualquier desviación en su marcha. Representan las condiciones de movimiento en la vida real y tienen una duración de 30 segundos cada una de ellas, tras los cuales se certifica si la pieza tendrá un funcionamiento perfecto ante cualquier actividad que se esté realizando. El registro es también acústico.



Gentleman

BIENVENIDO AL CLUB

Desde su aparición en España, hace ya doce años, esta revista se convirtió en una referencia esencial de la elegancia y el estilo de vida contemporáneos. Ahora **GENTLEMAN** aparece en **REPÚBLICA DOMINICANA** para ofrecer a sus nuevos lectores más información y entretenimiento, las mejores historias y los más exquisitos servicios. Porque los valores no cambian, pero las costumbres evolucionan.

GENTLEMAN. El valor de la elegancia.



Disfrute de **GENTLEMAN** directamente en su casa, por solo

10 números/1700 RDS	15% de descuento
20 números/3000 RDS	25% de descuento

Suscripciones: 809 544 1882

suscripciones@gentleman-rd.com

Oferta válida en todo el territorio nacional hasta el 30 de septiembre de 2015.

Ilustración: Fernando Vicente



Con una mezcla de rones de 6 a 23 años de antiguedad, **ZACAPA 23** *(45 $). Blended* elaborado a partir de 30 diferentes whiskies, finaliza su envejecimiento en barricas de Jerez, **NOMAD OUTLAND WHISKY** *(25 $). Rare Cask*, conseguido a través de una cuidada selección de 16 barricas, **MACALLAN** *(265 $).* Whisky, con doble envejecimiento, **DEWAR´S 12 AÑOS** *(23 $).* Producido en la destilería de grano más antigua de Escocia, Cameronbridge, **HAIG CLUB** *(37 $).* Pantalón de smoking, de **MIRTO** *(507 $ smoking completo).* Calzador de **PASOTTI,** en **YUSTI** *(206 $).* Camisa, de **HACKETT** *(195 $).* Reloj *De Ville Hour Vision*, de **OMEGA** *(9.080 $).* Vaso *Adaga*, de **HERMÈS** *(142 $).* Mobiliario en **GUNNI&TRENTINO**.

Whisky de malta, envejecido 10 años en barricas de roble americano, **GLENMORANGIE** *(29 $).* Ron triple añejo, **HAVANA CLUB SELECCIÓN DE MAESTROS** *(47 $).* Ron elaborado con la más fina selección de caña de azúcar dominicana, **RON BARCELÓ IMPERIAL** *(32 $).* Whisky escocés puro de malta, Gold Reserva, **CARDHU** *(28 $).* Pajarita de **EMIDIO TUCCI** *(26 $).* Reloj de **WEMPE** *(14.730 $).* En la balda superior, vasos *Adaga* de **HERMÈS** *(143 $/ud).* Mobiliario en **GUNNI&TRENTINO**.



MOMENTOS ÚNICOS

WHISKIES, RONES Y GINEBRAS PARA ACOMPAÑAR LOS MEJORES MOMENTOS.

ESTILISMO BERTA FERNÁNDEZ-ABASCAL
FOTOGRAFÍA GEMA LÓPEZ



Destilada en alambique tradicional, **THE LONDON Nº1** *(31 $)*. Ginebra con tres destilaciones, **MASTER´S** *(15 $)*. Con agua de Islandia, **MARTIN MILLER'S** *(26 $)*. Un icono americano, **SEAGRAM´S** *(17 $)*. Una cuidada selección de botánicos, **SLOANE´S** *(34 $)*. Un clásico que abandera el sabor de siempre, **BEEFEATER** *(14 $)*. Agua de los pozos de Siberia en este vodka ruso, **BELUGA** *(desde 44 $)*. Vodka de lujo que celebra con ediciones especiales su colaboración con *James Bond*, **BELVEDERE** *(42 $)*. Solitario, de **ARMANI HOME** (*940 $*). Americana, de **MIRTO** (*417 $*). Zapatos, de **CROCKETT&JONES** *(443 $)*. Mobiliario en **GUNNI&TRENTINO**.





EL INTENSO COLOR CEREZA de Protos Gran Reserva 2009 es solo un anticipo de lo que se descubre en el paladar. Un vino tinto que evoluciona con el paso de los minutos ofreciendo su toque aterciopelado y redondo, y con un retrogusto muy elegante.

Perfecto a la hora de elegir su presencia para acompañar cualquier tipo de carne.

DESDE 1927
Protos
SER PRIMERO

EL ARTE DE CULTIVAR LA VID

PROTOS REPRESENTA LA EVOLUCIÓN DE UNA REGIÓN VINÍCOLA EN EL NOBLE EJERCICIO DE CREAR VINO.

ACOGIDO A LA DENOMINACIÓN de Origen Ribera del Duero desde 1982, Protos es todo un clásico en una región que se encuentra en la cúspide de los vinos. Todo comenzó en 1927, cuando un grupo de 11 viticultores de Peñafiel (Valladolid) decidió embarcarse en la aventura de formar parte de los referentes vinícolas de España y creó la primera bodega de la zona. Aquellos hombres supieron escuchar al *terroir*, entender sus necesidades e imaginar un proyecto de futuro. No se equivocaron. La esencia de la bodega ha llegado intacta hasta nuestros días, creciendo y multiplicándose cada año. Ha llevado su nombre durante este siglo hasta lo más alto del panorama internacional para mirar hacia adelante con el mismo ímpetu y fortaleza que mostraron aquellos primeros sabios de la tierra. Protos es ahora uno de esos templos vinícolas en los que conviven el éxito, el talento y el afán de superación; un compendio de virtudes que cuando llegan al paladar, representan el nirvana de las sensaciones.

La unión de todas ellas se traduce en referencias como el Gran Reserva. Viñas con sesenta años de antigüedad son las culpables –en el buen sentido– de la gran-







deza de este vino, que pasa 24 meses en barrica de roble y un mínimo de 36 meses en botella para conseguir un sabor aterciopelado, suave y redondo en boca. Pero no es el único que se suma a esta fiesta de los sentidos. Verdejo, Crianza o la Selección Finca El Grajo Viejo se han hecho hueco entre los vinos de referencia, teniendo a la Nueva Bodega como profesor emérito. Se han invertido 36 millones de euros para desarrollar un programa tecnológico y de I+D+i único. Un método de seguimiento analítico que controla la calidad de la uva en todo momento para dar ese toque diferencial que está presente nada más descorchar cualquiera de sus botellas.



A estas iniciativas de calidad, Protos añade haberse convertido en uno de los nombres propios del enoturismo de la Ribera del Duero, como así lo corroboran los 30.000 turistas que acogió la bodega en 2012, convirtiéndose en la más visitada de la Denominación de Origen. Hacer y enseñar son dos conceptos que Protos une con total normalidad. Todas las visitas de enoturismo incluyen un recorrido por la bodega de crianza, que transcurre a lo largo de dos kilómetros de galerías subterráneas situadas bajo la montaña en donde se asienta el Castillo de Peñafiel, y a la nueva bodega diseñada por Richard Rogers y Alonso Balaguer & Arquitectos Asociados. En cada final de ruta, la bodega ofrece la degustación de dos de sus excelentes vinos. Y es que si algo caracteriza a Protos –su nombre es un anticipo (del griego 'Primero')–, es que está siempre a la cabeza de los vinos difíciles de olvidar, de los que siempre permanecen en el recuerdo. Un premio para una historia que refleja el trabajo de años de investigación vinícola. Con un único objetivo, el de satisfacer con sus añadas las tres características básicas de un gran vino: vista, nariz y boca.



TEXTO ONYSELA VALDEZ

FOTOGRAFÍA GENTLEMAN

¿A DÓNDE **VIAJAN LOS** CHEFS?

LOS MÁS PRESTIGIOSOS CHEFS DE REPÚBLICA DOMINICANA CUENTAN SUS EXPERIENCIAS VIAJERAS, LAS CULTURAS QUE HAN INSPIRADO SU COCINA Y LOS LUGARES QUE AÚN ANSÍAN VISITAR.

LEANDRO DÍAZ



DESTINOS

AUSTRALIA, TURQUÍA, JAPÓN, ESPAÑA, MARRUECOS, SINGAPUR...

EL 'CELEBRITY' CHEF

Este chef dominicano se inició en el mundo de la gastronomía, en 1995, en Estados Unidos, donde trabajó en un restaurante latino. Ahora, es Director Chef de Culinary Group, una empresa de gestión gastronómica que lleva a cabo asesorías, producción de eventos culinarios, programas de radio, televisión y redes sociales. Fue propietario del restaurante Sixteen Cuts y muy laureado han sido sus originales platos y desconstrucciones de recetas criollas en sofisticadas versiones. Recientemente, viajó a Panamá para participar en el Seminario Gastronómico Internacional, donde promovió la cocina dominicana. "Me fascina viajar a Europa, específicamente a España, Italia, Francia y Grecia, lugares mágicos y entrañables donde he aprendido mucho. Pero si hablamos de un lugar que me sirva de inspiración para mi cocina es, sin duda, mi República Dominicana... Un lugar pendiente por conocer es definitivamente Australia".

@LeandroDiaze: Twitter//@ CHEFLEANDRODIAZ: Instagram
celebritychef@live.com

LA NUEVA COCINA

Propietaria del restaurante Travesías, en su perfil de Instagram define así su trabajo: "Al rescate del patrimonio gastronómico de nuestro país, reinventando y creando recetas para una Nueva Cocina" dominicana. Chef Tita ha visitado ciudades tan emblemáticas para la gastronomía como Roma, Estocolmo, París o San Sebastián. Todas le han aportado, pero confiesa que Perú es su inspiración. Su destino por explorar, Turquía.

TRAVESÍAS. Avda.Abraham Lincoln Esq. Lope de Vega, Plaza Castilla, Local 26-A Santo Domingo. Tfno.: 809 565 6607
www.cheftita.com



INÉS PÁEZ NIN (CHEF TITA)

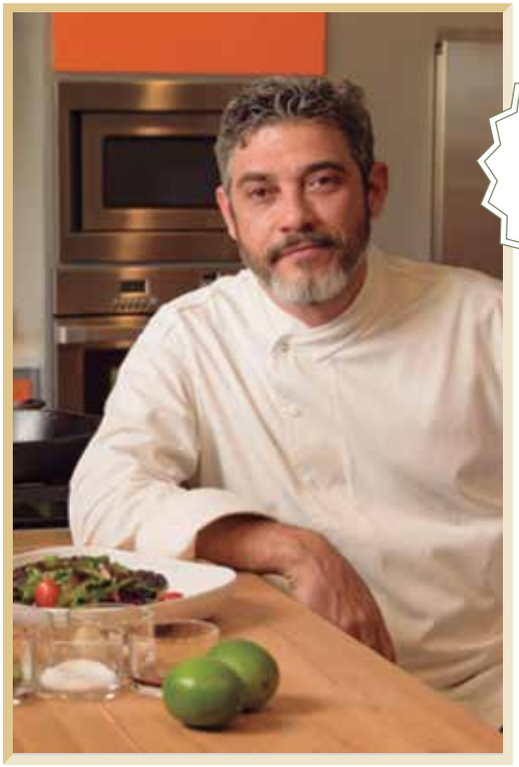
INSPIRACIÓN ASIÁTICA

Chef Ejecutivo del hotel El Embajador de Santo Domingo, oriundo de España, basa su cocina en la calidad de las materias primas, en las nuevas técnicas y la originalidad en los platos. "La base es europea y nutrida con pinceladas internacionales de las experiencias obtenidas de mis viajes. Asia me apasiona, pero en cuanto a inspiración, Japón. Un país por conocer: "¡Grecia!"

EL EMBAJADOR. Avenida Sarasota No. 65 Santo Domingo. Tfno.: 809 221 2131
www.occidentalhotels.com



ALBERTO MARTÍN



EMIL VEGA

20 SABROSOS AÑOS

Lleva en la cocina 20 años que define sencillamente como "sabrosos". "¡Hago mil cosas: consultoría para el desarrollo de proyectos de alimentos y bebidas, soy estilista de comidas, escribo sobre gastronomía, organizo viajes culinarios, cursos, eventos y también laboro en el restaurante Asía Mía, en Santo Domingo", una propuesta asiática del que que es propietario y chef. "Me encanta viajar. Mi cocina actual se inspira en Tailandia, Corea, Vietnam..., pero la gastronomía de todos los países que he visitado siempre aporta". ¿Lugares pendientes? "¡Uy! Italia, México, Vietnam, Grecia, China, Marruecos, Tailandia, Australia, Japón..., y los quiero conocer todos!"

ASÍA MÍA. Agustín Lara #25 esq. Interior este, Santo Domingo. Tfno.: 809 289 0707
www.asiamia.com.do

REINVENTANDO LA COCINA CRIOLLA

La pasión de Rosa Gómez, conocida como La Chefa, por la cocina criolla la sitúa en la llamada Nueva Cocina Dominicana, la renovación del recetario local en un mundo globalizado. Presidenta de la Asociación Gastronómica de Santo Domingo, AGSD, es también Chef Directora del Centro Cultural Gastronómico Casa Caribe. "El turismo interno me nutre mucho como cocinera. Nuestras cocinas regionales tienen gran riqueza y todavía no están lo suficientemente difundidas. La península de Samaná ha sido una de las regiones donde más he aprendido". Pero como "conocer los sabores de otras tierras", le gustaría ir a Jamaica, Saint Martin, México y Perú, también a Marruecos, Singapur e Italia,

CASA CARIBE. Centro Cultural Gastronómico, Santo Domingo. Tfno: 829 962 2373
www.cocinacaribe.com



ROSA GÓMEZ "LA CHEFA"



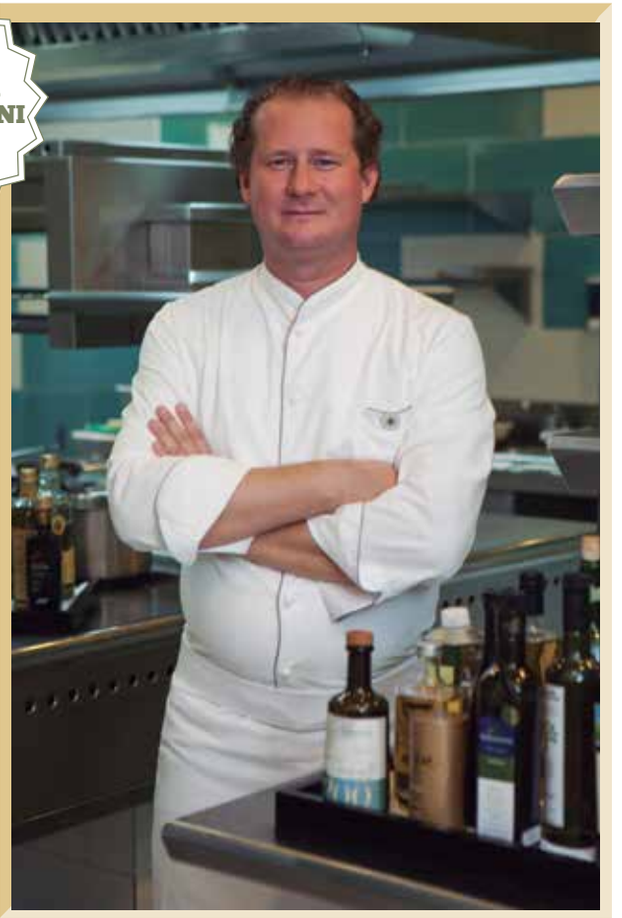
CRISTIAN BAEZ

DE ARGENTINA A SAMANÁ

En la bella península de Samaná, se encuentra el chef Cristian Baez, chef ejecutivo de Sublime Samaná Hotel & Residences. Su restaurante es visita obligada de los amantes de la buena mesa que visitan la zona. Entre sus reconocimientos, Medalla de Oro Continental de Costa Rica y dos veces nominaciones como Mejor Jefe de Cocina 2015. "Europa es un buen destino todos los años, pero también trato de ir a Argentina. En uno de los últimos viajes a España me di cuenta de la importancia de la comida regional y fresca, por ende después de ese viaje trato de hacer énfasis en los productos de la zona. ¿Un lugar pendiente por conocer? Tokyo.

SUBLIME SAMANÁ HOTEL & RESIDENCES. Bahía de Coson 32000, Las Terrenas, Republica Dominicana. Tfno.: 809 240 5050
www.sublimesamana.com

GIANLUCA RE FRASCHINI



CAMINO DE LAS MONTAÑAS

En 2012, fue nombrado Chef Ejecutivo de Eden Roc at Cap Cana, en el Este del país, a donde llevó su experiencia culinaria europea caracterizada por la fusión y reinvención. Originario de Milán (Italia), Gianluca Re Fraschini ha estado involucrado en el mundo de la preparación de alimentos más de 20 años, en los que ha viajado a lugares como Dubái o Tel Aviv abriendo restaurantes italianos. Entre sus destinos favoritos, señala París, Ciudad del Cabo y Singapur. Cuando viaje, busca en un restaurante "ambiente, un lugar que tenga vida y energía propia. Aprecio poder disfrutar un buen vino tinto y una buena selección de quesos". ¿Su comida más memorable en un viaje? "Raviolo de Foie Gras con reducción de Oporto y trufas negras, y pan negro de Haute-Savoie. En Lyon, Francia, en el restaurante Relais&Châteaux Pierre Orsi". ¿Un destino por explorar? "La cordillera central, el Pico Duarte y Jarabacoa están en el itinerario de mi próximo viaje local. Voy a descubrir un clima. una flora y una fauna diferentes, y los productos de la zona. También quisiera visitar plantaciones de tabaco"

EDEN ROC AT CAP CANA. Punta Cana, Provincia La Altagracia 23000, Republica Dominicana.
Tfno.: 849 876 1628
www.edenroccapcana.com



ANTHONY MASAS

CIUDADANO DEL MUNDO

En la Romana encontramos al chef Anthony Masas. Es el Chef Ejecutivo de Casa de Campo Resort & Villas. Con 14 años de experiencia, ha llevado lo mejor de su cocina a uno de los destinos turísticos más exclusivos del país. Ha trabajado en lugares como Mónaco, Barcelona e Ibiza bajo formación de renombrados chefs internacionales como los españoles Martín Berasategui, Carmen Ruscalleda y Ferrán Adriá, entre otros. La herencia de todos esos lugares, asegura, impregna la esencia de su cocina vanguardista e internacional. "Mis lugares favoritos son todos los que he visitado y donde he trabajado. Realmente intento inspirarme de todos los lugares donde viajo". Para él, India sería el lugar aún pendiente de conocer.

CASA DE CAMPO. Santo Domingo.
Tfno.: 809 523 8997
www.casadecampo.com.do



CATHERINE LEMOINE

UN LATINA CON SABOR ASIÁTICO

Venezolana, con 12 años de experiencia en las cocinas, formada en Argentina, su cocina es el resultado de sus viajes y conocimientos adquiridos en lugares como Asia (en especial a Tailandia y Vietnam), Francia, España y Austria (donde trabajó y dejó un menú con su firma) o en Argentina, Perú, Colombia, el Salvador y su propia Venezuela, donde fue chef ejecutiva en destacados restaurantes. Es asesora gastronómica a nivel internacional y chef ejecutiva del Restaurante Masai en Santo Domingo. "Adoro estar en Asia, tengo una fascinación por sus sabores. Tailandia, sin ninguna duda, es el país que me sirve de inspiración para mi cocina... ¡Un lugar pendiente de visitar es Nepal! Conocer y vivir la experiencia de la mezcla de religiosidad y espectacular gastronomía cargada de especias y de paz sería muy interesante para mí. Otro destino en mis lista de pendientes es Méjico".

MASAI RESTAURANTE. Mustafa Kemal Ataturk #42 Santo Domingo. Tfno.: 829 544 6633. @CATHYLEMOINE: Instagram

ENTRE ITALIA Y AMÉRICA

Su primera experiencia con la cocina fue a los 12 años. Última generación de una familia dedicada en Italia a la hotelería, llegó a República Dominicana con el sueño de traer el gusto y el amor por la gastronomía y las mejores tradiciones italianas. Este maestro (muy solicitado a nivel mundial para instruir a pizzeros y asesorar aperturas de pizzerías) se ha destacado por deleitar en sus restaurantes Dolce Italia (Novo Centro y Agora Mall) con sus pizzas gourmet al horno de leña. Está, además, considerado uno de los mejores heladeros del mundo. "El país donde más me gusta viajar es los Estados Unidos y mi ciudad favorita, Nueva York. Me encanta lo vibrante que es y donde encuentro diversos elementos para inspirarme. En enero iré a uno de los lugares que tenía pendiente por conocer, México, a inaugurar una nueva cadena de pizzería Italiana. Ese viaje me tiene muy ilusionado".

DOLCE ITALIA RESTAURANTS.
Santo Domingo. Location 1: López de vega No. 29 Novo Centro. Location 2: Avda. John F. Kennedy Agora Mall 4to Nivel. Tfno.: 809 540 7594
www.dolceitaliadr.com/imprint



LIBERATO DE SIMONE

ESENCIA MEDITERRÁNEA

Lleva en los fogones toda la vida, pero despuntó hace 6 años. Polifacética, trabaja de manera independiente en asesoría gastronómica, desarrollo de recetas, talleres, colaboraciones en radio, televisión y redes sociales (*Sabores con Gabriella Reginato*). Su cocina práctica, de recetas exquisitas y fáciles la han convertido en una referencia.En Europa se siente como pez en el agua, especialmente en Italia. "El Mediterráneo siempre me inspira. Entre lo pendiente de conocer, el Sur de África me llama mucho la atención".

@gabi_reginato : Twitter / @gabriellareginato : Instagram **www.gabriellareginato.com**

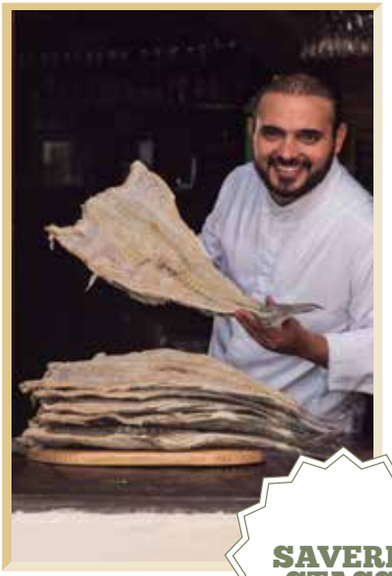


GABRIELLA REGINATO

CHEF PATA DE PALO

Con más de 25 años en la cocina, es chef y propietario de Pat'e Palo European Brasserie, dirige Lulú Tasting Bar y pronto abrirá Jalao. Me encanta Nueva York, siento un gran respeto por esta ciudad que se mantiene a la vanguardia y que tiene tanta diversidad de culturas". Como inspiración, señala Europa y el Mediterráneo y Japón como un país que le gustaría conocer.

PAT´E PALO EUROPEAN BRASSERIE. La Atarazana, 25. Santo Domingo. Tfno.: 809 867 8089. **www.patapalo.com**



SAVERIO STASSI



JOAQUÍN RENOVALES

INSPIRACIONES VIAJERAS

Graduado en el Instituto Técnico Hotelero de su natal Uruguay en 1998, desde entonces no ha parado de trabajar. Su cocina tiene la influencia de su tierra marcada por la inmigración de españoles e italianos. "Me crié entre asados a las brasas y milanesas, pero también entre potajes españoles y *gnocchi*". Desde hace 10 años lidera en Santo Domingo las cocinas del Grupo SBG, con un muy destacado trabajo en el restaurante Sophia´s Bar & Gril. "He tenido la oportunidad de viajar mucho y he aprendido que aporta conocimiento y experiencia y que la inspiración llega de lugares que jamás imaginamos... Me cautivó sin duda Brujas, en Bélgica, o Lima, en Perú. Un lugar que me interesa mucho conocer es Asia".

SBG SANTO DOMINGO. Paseo de los Locutores No. 9 Piantini . Tfno.:809 620 1001 . **www.sbg.com.do**



EL LUGAR DE LOS AMANTES DEL WHISKY

SINGLE MALT WHISKY CLUB ABRE EN SANTO DOMINGO CON TODO LO NECESARIO PARA HOMENAJEAR A ESTE DESTILADO.

TEXTO GENTLEMAN



CON EL PROPÓSITO de convertirse en el encuentro de referencia para que los amantes del whisky puedan conocer de primera mano las mejores marcas que se comercializan en países no tradicionalmente asociados con este destilado, como Nueva Zelanda, Noruega, Finlandia o Rusia, abre en Santo Domingo, Single Malt Whisky Club. De la mano de marcas internacionales y maestros del whisky, este exclusivo local que combina lo mejor del encanto del país con la vanguardia internacional, ofrece la oportunidad de degustar 120 variedades de estos destilados tan apreciados, y de aprender más sobre ellos, desde su forma de elaboración hasta sus posibilidades gastronómicas o su utilización en coctelería. Un espacio único que, además, cuenta con una amplia carta de rones, espumantes y ginebras para los amantes de la buena bebida.

Del pistoletazo de salida se ha encargado nada menos que José Armenteros, Roberto Purcell y Erik Malmsten, iconos de la restauración en la capital por su buena gestión y calidad



Single Malt Whisky Club cuenta con más de 120 destilados, predominando la gran variedad de los whiskies escoceses de **Macallan**.





Toda la decoración ha estado a cargo de la arquitecta y diseñadora de interiores **Laura Purcell**, como se observa en el cuidado al detalle que preside cada rincón. Sobre estas líneas, imágenes de varios novedosos cocteles que ofrecen en **Single Malt Whisky Club.**

en locales como Julieta, Franchesco y La Posta. Tres empresarios que representan como nadie el nuevo concepto de elegancia y modernidad que reivindica Santo Domingo "Queremos que sea un local en donde puedas desconectar de la vida estresante de Santo Domingo, un espacio que te permite disfrutar de una buena conversación, con una música selecta de fondo, mientras te relajas, ante un trago con carácter y estilo", explican sus promotores.

El club, empeñado en envolver al cliente por los aromas, sensaciones e imágenes que bien pudieran emular a personajes de la talla de Lord Byron, William Pitt o Aga Khan, se proyecta como la piedra angular de toda reunión social con estilo, en la que la iluminación es fundamental y en donde la visión de la decoradora Laura Purcell ha aportado modernidad con el uso de colores sobre la paleta de metales de cobre. "Hemos querido mezclar los muebles europeos con la calidad de creaciones locales para que tenga un equilibrio que permita la comodidad pero también la exclusividad".

El local cuenta con un aforo para ochenta personas y dispone de una terraza con cuatro mesas en donde se puede fumar puros. Y como en cualquier maridaje de bebida, es elemental equipar el cuerpo del puro con el del whisky. De no hacerlo, salvo en raras ocasiones, las características de unos de los elementos devoran el carácter del elemento más ligero. Buenas combinaciones serían, por ejemplo, un *speysider* ligero como Glenfiddich o un irish como Bushmills con el Habano Hoyo de Monterrey.

Gestado con la idea de organizar eventos privados y catas, el whisky bar, que cuenta con un pequeño menú, abre de martes a domingo de 5.00 pm a 2.00 am, ampliando su horario hasta las 4.00 am los sábados y domingos. Un envolvente local con drinks míticos como en la carta de cualquier coctelería del mundo, y que nos trasladara a ciudades tan cosmopolitas como Manhattan o Londres.

Dirección: Max Henriquez Ureña esquina Lope de Vega, Santo Domingo.



Erik Malmsten posa para Gentleman, orgulloso de su nuevo club. Para él la vida comenzó en su natal Suecia, bajo la tutela de un padre apasionado por la cocina, y una madre dominicana, que le transmitió todo el sabor caribeño.

TEXTO ELENA CRESPO

FOTOGRAFÍA GIOVANNI CAVALLARO

LUIS LÓPEZ TALLAJ
CIRUJANO PLÁSTICO

EN MANOS EXPERTAS

PRESTIGIOSO CIRUJANO PLÁSTICO DOMINICANO, HABLA DE UN NUEVO TRATAMIENTO CONTRA LA PAPADA.



ES, SEGURAMENTE, EL MÁS reconocido cirujano plástico dominicano dentro y fuera del país. Doctor en Medicina, Luis López Tallaj continuó su formación como especialista en Cirugía Plástica en Rio de Janeiro, Brasil, hace 14 años, y ahora es líder en la región en lo referente al Rejuvenecimiento Facial clínico con los denominados inyectables faciales. Además, es miembro de la Physicians Coalition for Injectables Safety de los Estados Unidos.

Con ese bagaje, nadie mejor que él para contarnos la última tendencia que ha venido a revolucionar el bienestar masculino. Se trata de un producto, aprobado por la norteamericana FDA (Food and Drug Administration) y liberado oficialmente para su comercialización bajo el nombre de Kybella, que se puede encontrar desde junio pasado en todos los estados de la Unión.

López Tallaj –que también es jefe del Departamento de Cirugía Plástica de la prestigiosa Clínica Corazones Unidos de Santo Domingo– nos explica que el Kybella es un medicamento que, al ser aplicado en la papada, destruye la grasa allí localizada sin la necesidad de someterse a un procedimiento quirúrgico, por lo que no se requiere de convalecencia o cuidado especial, más allá de las pequeñas inyecciones indoloras que se realizan en un período no mayor de 5 minutos.

De hecho, el tratamiento puede repetirse hasta tres veces con un intervalo de un mes entre una y otra aplicación, claro está, en pacientes que no presenten una marcada flacidez en el cuello. El Kybella, asociado a los inyectables existentes anteriormente, combaten adecuadamente los signos del envejecimiento facial.

El Kybella es idéntico al ácido desoxicólico que produce el organismo y que ayuda al cuerpo a absorber las grasas. De esta forma, cuando se inyecta en la grasa submentoniana como es debido, destruye las células de grasa. En cualquier caso, debe ser administrado por un profesional de la salud autorizado y, de momento, solo es recomendado para combatir la grasa en esa concreta zona del cuerpo..

López Tallaj ha reciclado y perfeccionado sus técnicas en los centros más avanzados de los Estados Unidos, incluyendo las ciudades de Atlanta, Georgia, Boston y Charlotte. Además, cuenta con varios trabajos científicos publicos y presentados en congresos especializados.

www.dominicanplasticsurgery.com

orangetheory® FITNESS

"GRACIAS A LA CIENCIA DETRÁS DE NUESTROS PROGRAMAS, QUEMARÁS HASTA 1,000 CALORÍAS EN CADA SESIÓN DE 60 MINUTOS."

El futuro del fitness ya está aquí.

Orangetheory Fitness es un concepto de entrenamiento personal grupal único en su clase, el cual conjuga rutinas de ejercicios divididas en intérvalos de cardiovascular y fuerza. Respaldado por la ciencia del consumo excesivo de oxígeno post entrenamiento (EPOC), el entrenamiento basado en la frecuencia cardíaca de Orangetheory Fitness está diseñado para mantener las pulsaciones del corazón en una zona objetivo que estimula el metabolismo y aumenta la energía.



Dirigido por instructores certificados, los participantes utilizan una variedad de equipos incluyendo corredoras, remadoras, cintas de suspensión y pesas libres, **quemando hasta 1000 calorías por sesión.** El resultado es el efecto naranja – más energía, tonificación visible y quema de calorías extras hasta 36 horas post entrenamiento

Orangetheory Fitness abrió su primer estudio en Fort Lauderdale, Florida en marzo del 2010 y se ha convertido en una de las principales franquicias de fitness del mundo. Actualmente cuenta con más de 250 estudios en todo el mundo, incluyendo USA, Cánada, UK y Australia. El entrenamiento de intérvalos de 60 minutos, basado en el monitoreo de las cinco zonas de frecuencia cardíaca, ha ayudado a decenas de miles de personas a perder peso, tonificar y cumplir sus metas de acondicionamiento físico general en un corto período de tiempo.

Orangetheory Fitness abrirá su primer estudio en República Dominicana el próximo mes de noviembre, en el segundo nivel del Centro Comercial Novocentro. Su plan de expansión es de 5 estudios para el año 2020.

Para más información:
809.567.5236
studiodr001@orangetheoryfitness.do
www.Orangetheoryfitness.com/SantoDomingo
OrangetheoryRd
Orangetheory Fitness Santo Domingo





TEXTO DEYANIRA PAPPATERRA, DIRECTORA ADJUNTA DE LA DIRECCIÓN DE NEGOCIOS TURÍSTICOS CORPORATIVOS BANRESERVAS.

AVENTURA DOMINICANA

HA LLEGADO EL MOMENTO DE DESCUBRIR TODAS LAS POSIBILIDADES PARA EL TURISMO ACTIVO QUE OFRECE NUESTRO PAÍS. ESTO ES SOLO UNA MUESTRA.

MUCHAS SON LAS RAZONES para resaltar nuestro país como el destino ideal para ir de vacaciones: este es un lugar que enamora, sorprende, no solo por nuestra ubicación geográfica sino también por su riqueza natural, paisajes, biodiversidad y calidez humana en cada rincón de nuestro paraíso caribeño. República Dominicana es un país encantador compuesto por playas de ensueño con montañas majestuosas, atractivos manglares y hermosos balnearios, por lo que se destaca como un destino ideal para los amantes de los deportes extremos y turismo de aventuras.

Conocer nuestra isla de una manera diferente y excitante, recorriendo las bellezas de sus paisajes de la mano de nuestra gente, se ha convertido en una experiencia única, incluso catalogada como opción a colocar en el *bucket list* de todos los que amamos la vida y la complementamos con ese espíritu aventurero, instinto natural que habita en todos los seres humanos independientemente a los gustos de contemplación, descanso, paisajismo o adrenalina intensa.

RINCONES A DESCUBRIR. Utilicemos nuestra imaginación para descubrir rincones de nuestra tierra de una manera diferente, que sitúe a la aventura, la naturaleza y la cultura como protagonistas.

Empecemos por la zona Norte, y conozcamos Los 27 Charcos de Damajagua, un patrimonio natural compuesto por aguas cristalinas naturales que atraviesan el bosque a las que accedemos tras caminar, escalar y atravesar varios puentes de soga que cruzan caídas de agua que adoptan los colores azul y verde del entorno. Luego de alcanzar 12m de altura, para descender, este lugar nos brinda una experiencia inolvidable, puesto que se hace necesario saltar precipicios, nadar y deslizarse varias veces en una especie de rampla natural.

Seguimos con nuestro recorrido y nos trasladamos a la zona Este para visitar la Cueva Fun Fun, comenzando con un paseo a caballo para respirar luego el aire puro y limpio que nos brinda el bosque húmedo de la reserva del Parque Nacional Los Haitises, en una caminata rica en flora y fauna típica de la región. Más adelante, la locación requiere bajar por *rappel*, a través de una cuerda situada a unos 20 metros de altura. Continuamos nadando el río que se encuentra dentro de la cueva y culminamos apreciando las cavernas y las cavidades subterráneas naturales, así como la biodiversidad de la zona.

Para los más exigentes atletas, la República Dominicana cuenta con el Pico Duarte ,el punto más alto de las Antillas. En aproximadamente 7 días, vivimos una experiencia llena de aventuras de montañas, ya que es un recorrido bastante alto. Disfrutamos de los paisajes únicos del valle y sus ríos en armonía con el amanecer y la puesta del sol. Una comunión con nuestra espiritualidad y, sobre todo, un reto poder conseguir bajar sin repetir el dicho "al Pico Duarte no vuelvo".

Para los más exploradores y curiosos , el *trekking*, el *kayaking*, el buceo y el *snorkel* son solo algunas de las alternativas que pueden encontrar en ciudades como Jarabacoa, reconocida como la cuna del ecoturismo y del *rafting* en el Caribe, Puerto Plata, Punta Cana y la zona Sur. Para los amantes del mar y el vaivén de sus olas, en la costa Norte tenemos playas como Playa Grande , en Río San Juan, 'Arenaya' en Sosúa, 'Ouester Reef' en Puerto Plata, entre otras más. En la Costa Sur contamos con la Ciénega en Barahona, Pato, Palenquito en San Cristóbal y Bonsái en Andrés Boca Chica.

Si ya hemos mencionado el punto más alto de las Antillas, el Lago Enriquillo es el punto más bajo en cuanto al nivel del mar y también el lago más grande del Caribe, rodeado de una zona rica en cultura creada por los indígenas que habitaban la zona en sus inicios. Un verdadero patrimonio de todos los dominicanos.

AGUA Y NATURALEZA. Otro gran protagonista de ensueños son los saltos y las cascadas, elementos esenciales para contemplar la naturaleza en su máximo esplendor . Destacan el Salto de Jimenoa y el Salto El Limón, líderes por experiencia con características únicas y una belleza sin igual.

Otra alternativa no tan extrema son las rutas y senderos de nuestra tierra, llenos de historias y culturas, donde puedes conocer desde la importancia del cacao, del café, del jengibre, el tabaco o la fabricación del ron o visitar viñedos.

Todos nuestros lugares de aventura son frecuentados cada año por miles de turistas locales e internacionales. Aquellos que tienen que partir se llevan en sus maletas y recuerdos un pedacito de nuestra tierra, incluyendo hasta el merengue que se mezcla con su ritmo y sabor, simbiosis tan natural que se conjuga al disfrutar de este caribe tan espectacular.

Sin lugar a duda, República Dominicana es el país más visitado del Caribe, porque lo tenemos todo.

TEXTOS Y FOTOGRAFÍA GENTLEMAN



1


2

OCHO DÉCADAS DE TRADICIÓN EN RON DUBAR IMPERIAL

IMPULSADOS POR LA TRADICIÓN familiar y por su compromiso de ofrecer los mejores estándares de calidad en sus productos, Dupuy-Barceló & Compañía presentó su nueva creación de ron añejado de nivel *premium*. Para dar continuidad a una costumbre que ha pasado por tres generaciones, el nuevo Ron Premium Blend Dubar Imperial, rescata la tradición de producir ron de la más alta calidad de manera artesanal y limitada en su producción y venta, solo en esta época del año.

Durante el acto de lanzamiento, en el hotel JW Marriott, José Antonio Barceló, presidente y *master blender* de Dupuy Barceló & Co., detalló las bondades que acompañan la novedad de la empresa. "Este logro es el fruto de la aplicación del conocimiento y la mística licorera que, por más de 8 décadas y 3 generaciones directas de nuestra familia, hemos acumulado y desarrollado de manera exitosa, tanto local como internacionalmente", manifestó Barceló.

Con un estilo refinado y elegante, el destilado sigue los estándares internacionales que lo convierten en un gran embajador de la industria ronera dominicana, algo que la familia Barceló impuso por primera vez en la década de los ochenta al crear la categoría Ron Imperial, según explicó Barceló.

Coronándose como un ron lleno de historia, esta nueva propuesta mezcla rones añejados en barricas de roble blanco americano de un primer uso en bourbon, los mismos depósitos donde Julián Barceló, fundador de Barceló & Co, añejaba sus rones hace 86 años.


3


4


5


6


7


8


9


10


11

❶ Alex Dupuy Barceló, Jerry Dupuy, Michelle Dupuy Barceló, Alexander Severino, Polita Barceló de Dupuy, José Antonio Barceló y José Barceló. ❷ Shirley Desangles de Dupuy, Yira Dargam de Barceló y Michelle Dupuy Barceló. ❸ Juan Manuel Peña y Miguel Roig. ❹ Juan Daniel Balcácer, Luisin Mejía, Francisco Melo y Enrique Ramírez. ❺ Jorge Fernández, Eduardo Batlle, Juan Ramos y Camilo Taveras. ❻ Maridalia Hernández. ❼ Alberto Santana y Nancy Álvarez. ❽ Marcelle Munné, Atilio Guzmán, Laura Dávalos, Rafael García. ❾ Maripili Bellapart, Johamys García de Iglesias, Juan Luis iglesias y Mechy Ramos. ❿ Raoul Fontanez y Gina López ⓫ Indhira Dietsch y Roberto Dietsch.

TEXTOS Y FOTOGRAFÍA GENTLEMAN

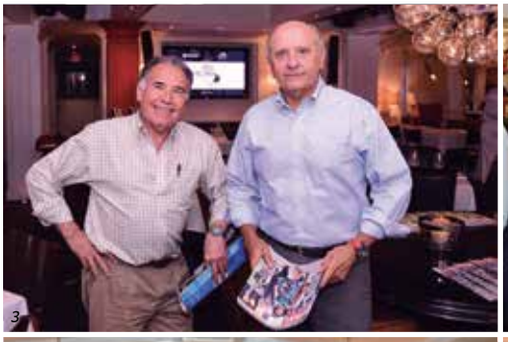
EL MEJOR POLO DEL MUNDO LLEGA A REPÚBLICA DOMINICANA

POR PRIMERA VEZ, República Dominicana contará con un evento profesional de Polo de Alto Hándicap, inscrito en el World Polo Tour. Una serie de cuatro torneos consecutivos servirán para colocar al país en el mapa del polo mundial a través de Polo Challenge. Tres grandes empresarios, representantes de Casa de Campo, Los Establos at Cap Cana y el Club Lechuza Caracas RD, se han unido para hacer realidad este proyecto, que se celebrará entre enero y abril de 2016. Tres de los cinco mejores jugadores del mundo, al igual que otros reconocidos jugadores internacionales, tendrán la oportunidad de sumar puntos en estos torneos. Con esta iniciativa República Dominicana se sitúa, en el mundo del polo, al nivel de países como Argentina, EE.UU., Inglaterra, Francia, España y Dubai.





2



3



4



5



6



7

❶ Principal.
❷ Cristina Correa y Marcelo Alba.
❸ Jesus Orozco y Macho Seliman.
❹ Luis Alfonso Paniagua, Pedro Castillo y Rodolfo Paliza.
❺ Eni Medina, Laura De La Nuez, María Amelia Hazoury y Sarah Pelegrín.
❻ Sociales grupos..
❼ Nelson Brea y Luis Arturo Carbusia.



1



2



3



4

EL TQQUE DE ESTILO DEL DISEÑADOR CARLOS MOTA

EL ESTILISTA DE INTERIOR CARLOS MOTA ha plasmado sus vivencias en un libro, *A Touch of Style*, lanzado por Assouline, que presentó en una exclusiva cena, a la que bautizó como *Carlos Mota Meet & Greet - Dinner Privé*, y que contó con el diseñador de interiores Andrés Aybar como anfitrión. El evento tuvo lugar en 504 Private Room, con un montaje especial que convirtió la recepción en una pequeña réplica de la biblioteca de Maison Assouline, en Londres. El chef de La Cassina, Rafael Planelles, preparó una cena personalizada, donde los invitados pudieron compartir impresiones con el destacado diseñador venezolano, quien además estuvo firmando libros. Carlos Mota es uno de los diseñadores y estilistas de interiores latinoamericanos más influyentes. Partidario de combinar elementos, Mota defiende, por ejemplo, que "las alfombras son los zapatos de la decoración" y que, con una de calidad, "la habitación completa luce sofisticada. Es como combinar *Manolos* con una camiseta".

❶ Carlos Mota, Lissette Polanco & Andrés Aybar.
❷ Alexandra Guzmán.
❸ Yudelka Checo.
❹ Antonia Ramos, Nicole Garrido & Daniella Tonos.

TEXTOS Y FOTOGRAFÍA GENTLEMAN



















❶ Andrés Peña, Ramón Ernesto Morales y Manuel Fernández.
❷ Sebastián Soñé y Sarah Viñas.
❸ Olga Ortiz de Morales y Axel Hache.
❹ Noe Camacho y Yuri Sasakaki.
❺ Claudia Fernández, Michell Menéndez y Amelia Fernández.
❻ Equipo de Autozama, Willming Soriano, Raquel Espinal, Eduardo Tejada, Miguel De Castro, Arlene Díaz, Francisco Rojas y Ángel Estevez..
❼ Maritza Ortiz de Diez y Aurelio Díez
❽ Michelle Menéndez y Nicole Castillo.
❾ AMG Performance Center.

AUTOZAMA INAUGURA SU NUEVO AMG PERFORMANCE CENTER

ENTUSIASTAS DE LA VELOCIDAD y conocedores de la tecnología AMG y de los automóviles se reunieron para celebrar la inauguración del nuevo centro de rendimiento en Santo Domingo. AMG es una división Mercedes- Benz especializada en la manufactura, alto rendimiento, diseño, personalización e ingeniería de automóviles de la firma. En el AMG Performance Center de Autozama los clientes tendrán acceso a la más innovadora tecnología, calidad y servicio en lo referente a personalización y rendimiento de vehículos. La actividad tuvo un tono familiar con espacio para todos en la que se pudo disfrutar de una carrera de Fórmula 1 televisada y explorar el nuevo AMG Performance Center con la compañía de técnicos profesionales.

DJ Kourduroy se encargó de amenizar el evento pinchando éxitos, del momento mientras los invitados pudieron disfrutar del excelente ambiente y un exquisito *deutsche brunch* para honrar gastronómicamente el origen alemán de la marca Mercedes Benz.

AMG Performance Cente busca elevar los estándares de seguridad, rendimiento y profesionalismo en el mundo del automovilismo dominicano.

TEXTOS Y FOTOGRAFÍA GENTLEMAN

SALVATORE FERRAGAMO, EN CASA DE CAMPO

SALVATORE FERRAGAMO y su esposa fueron los protagonistas del evento que, durante el fin de semana del 13 al 15 de noviembre, se celebró en Casa de Campo y que, además de reunir moda, lujo, glamour y un buen vino, acogió diversas actividades a beneficio del Hogar del Niño y de la Fundación MIR. Rafael Torres, presidente de Casa de Campo Resort & Villas, informó que el resort tiene previsto ofrecer una temporada de fin de año por todo lo alto de la que este evento fue una de sus principales actividades. "Siempre tenemos la finalidad de brindar a nuestros dueños de villas, residentes, huéspedes y visitantes actividades de primera. En esta ocasión, a lo largo de todo un fin de semana, los asistentes se dejaron envolver por la magia de Salvatore Ferragamo, siendo una de las atracciones principales el desfile de moda en el que se pudo disfrutar de la colección Otoño-Invierno 2015/2106, tanto de mujer como de hombre, de esta reconocida firma italiana", explicó Torres.

Además de esta pasarela con distintivo sello internacional, el fin de semana estuvo repleto de exquisitas actividades, entre las que destacan la degustación de vinos Il Borro, realizada en el restaurante La Casita de La Marina de Casa de Campo, y el torneo de golf Salvatore Ferragamo en el legendario campo Dye Fore.

"Como representantes en nuestro país de Salvatore Ferragamo nos sentimos muy contentos de presentar por primera vez a nivel mundial los desfiles de Otoño-Invierno 2015-16. La presencia de Salvatore Ferragamo, nieto de nuestro gran diseñador, convirtió esta cita en una ocasión única", según la representante de la marca Patricia Lama.


1


2


3


4


5


6

❶ Cristina Ferragamo, Salvatore Ferragamo, Rafael Torres, Patricia Lama, Daniel Hernández y José Antonio Álvarez hijo. ❷ Juan José Arteaga y Mery de Arteaga. ❸ Alessandra y Augusto Avancini. ❹ Erika Vilain y Gianfranco Fini. ❺ Luis Emilio Rodríguez y Gabriella Reginato. ❻ Raquel Lima y Eduardo Lima. ❼ Salvatore Ferragamo, Daniel Hernández, Luis José Bonilla y Marcos Rosario. ❽ Rafael Torres, Omar Elías, Patricia Lama, Jorge Cestari y Salvatore Ferragamo. ❾ Salvatore Ferragamo durante el torneo de golf en el campo Dye Fore. ❿ Sixto Inchaustegui y Judith Dorrejo. ⓫ Alfonso Paniagua, Ana María de Paniagua, Mery de Arteaga y Juan José Arteaga.


7


8


9


10


11

TEXTO GENTLEMAN



STAR WARS

DATOS PRÁCTICOS

Duración: 136 min.
Clasificación: PG-13.
Género: Acción.
Fecha de estreno: Próximamente.

FICHA TÉCNICA

Director: J.J. Abrams.
Actores: John Boyega, Daisy Ridley, Harrison Ford, Carrie Fisher, Mark Hamill, Oscar Isaac, Gwendoline Christie, Lupita Nyong`o.

SINOPSIS

La séptima entrega de la saga Star Wars continuará 30 años después de *El retorno del Jedi*, con *Luke Skywalker* intentando restablecer el orden en la galaxia mientras *Leia* y *Han Solo* trabajan con la Nueva República contra los restos del Imperio... Su rodaje fue confirmado en 2012, cuando Walt Disney Company compró LucasFilms por 4.000 millones de dólares.

IN THE HEART OF THE SEA

DATOS PRÁCTICOS

Género: Drama, Historia.
Fecha de estreno: 10/12/2015

FICHA TÉCNICA

Director: Ron Howard.
Actores: Benjamin Walker, Brendan Gleeson, Chris Hemsworth.

SINOPSIS

En el invierno de 1820, un ballenero de Nueva Inglaterra Essex fue agredido por algo a lo que nadie podía dar crédito: una ballena de tamaño y voluntad descomunal. Este hecho real fue la inspiración para *Moby-Dick* de Melville. *En el corazón del mar* revela las consecuencias del encuentro, cuando los supervivientes de la tripulación fueron forzados hasta el límite y se vieron obligados a hacer lo impensable para mantenerse vivos.





STEVE JOBS

DATOS PRÁCTICOS

Duración: 122 min.
Clasificación: R.
Género: Drama.
Fecha de estreno: Próximamente.

FICHA TÉCNICA

Director: Danny Boyle.
Actores: Michael Fassbender, Kate Winslet, Seth Rogen, Jeff Daniels, Katherine Waterston, Sarah Snook, Michael Stuhlbarg, Perla Haney-Jardine, Adam Shapiro, Jackie Dallas.

SINOPSIS

Biopic del mítico empresario y programador informático Steve Jobs (1955-2011), centrada en la época en la que lanzó los tres productos icónicos de Apple.

MEET YOUR MAKERS

DATOS PRÁCTICOS

Duración: 109 min.
Clasificación: PG-13.
Género: Terror.
Fecha de estreno: 3 de diciembre.

FICHA TÉCNICA

Director: Paul McGuigan.
Actores: Daniel Radcliffe, James McAvoy, Jessica Brown Findlay, Mark Gatiss, Andrew Scott, Louise Brealey., Alistair Petrie, Daniel Mays, Freddie Fox, Adrian Palmer.

SINOPSIS

Adaptación libre de la historia del científico *Victor Frankenstein* (McAvoy) y su protegido *Igor Strausman*.



POINT BREAK

DATOS PRÁCTICOS

Género: Acción.
Fecha de estreno: 31/12/2015

FICHA TÉCNICA

Director: Ericson Core.
Actores: Delroy Lindo, Edgar Ramirez, Luke Bracey, Ray Winstone.

SINOPSIS

Thriller de acción cargado de altas dosis de adrenalina y un ritmo trepidante en el que un joven agente del FBI , *Johnny Utah* (Lucas Bracey), se infiltra en un equipo de atletas de élite a la búsqueda de emociones, liderado por el carismático *Bodhi* (Edgar Ramírez) . Los atletas son sospechosos de llevar a cabo una serie de crímenes de forma extremadamente inusual e inconcebible. Infiltrado en el grupo de forma encubierta, *Utah* se esfuerza por demostrar que son los autores.



El primer festival de
apreciación de vinos en
la República Dominicana

SANTO DOMINGO WINE FEST

Invitada: **Karen MacNeil**, autora del libro **The Wine Bible**

- Salón de Degustación de Vinos.
- Catas.
- Máster Classes.
- Reto final para probar tus conocimientos.
- Cena Maridaje espectacular de cierre.

Sábado 13 de febrero, 2016

R
RENAISSANCE®
SANTO DOMINGO JARAGUA HOTEL & CASINO

Más información: **www.distritolujo.com**

Boletas a la venta en CCN Servicios Uepatickets
de Supermercados Nacional,
Tiendas Jumbo y Moviemax. • www.uepatickets.com

Uepa TICKETS MOVIEMAX · En CCN SERVICIOS · Nacional · JUMBO

OCOABAY LA COMUNIDAD DE LA VID · Alvarez & Sánchez, C. por A. · El Catador · Manuel González Cuesta & Sucs. · VINOS · UB UnitedBrands · WINES & SPIRITS

UNITED CAPITAL · UNITED · INFINITI INSPIRED PERFORMANCE · KITCHEN

TEXTO GENTLEMAN



1
TEATRO

En esta obra nadie llora
Hasta el 13 de diciembre.
Palacio De Bellas Artes.
Avda. Máximo Gómez esq. Independencia.

La sala La Dramática del Palacio de Bellas Artes acogerá los días 5, 6, 12 y 13 de diciembre la puesta en escena de *En esta obra nadie llora* (en doble horario, de 6:30 p.m. y 8:30 p.m). El montaje, dirigido por Ingrid Luciano, cuenta con las actuaciones de Karina Valdez, Solanyi Gómez, Paloma Palacios, Robelitza Pérez, Cinthia Almonte, Luvil González y Dalia Castro.
En esta obra nadie llora, de la dramaturga peruana Mariana De Althaus, narra la historia de una directora teatral que está a punto de estrenar su primera obra, pero quince minutos antes empiezan a surgir una serie de incidentes que entorpecen la escena. La historia permite al público vivir las complicidades y conflictos de los trasbastidores de una producción teatral con mucha presencia de mujeres Están presentes también los nervios, la emoción y los egos exaltados; además de que todo se empeña en salir mal. Pero al final... ¿acaso triunfará el teatro?
Es una coproducción de Robelitza Pérez, de Producciones Pavo Real, y Karina Valdez, de Otro Teatro.

2
HUMOR

Tercer Festival del Humor Lusito Martí
Hasta el 9 de enero.
Teatro La Fiesta Hotel Jaragua.
Av. George Washington

El tradicional Festival del Humor Luisito Martí regresa el sábado 12 de diciembre al teatro La Fiesta del hotel Jaragua, en dos únicas funciones, a las 7:00 y 10:30 de la noche. Bajo la producción de Kaki Martí, el show, ganador de premios Soberano 2015 en su categoría, reunirá a los más destacados comediantes locales e internacionales, para rendir homenaje al 'Genio de la Risa', Luisito Martí (Balbuena), quien falleció el 3 de enero de 2010 a causa de un cáncer. Después de dos exitosas temporadas 2013-2014, Producciones Martí se prepara para poner en escena esta tercera edición, que tiene como anfitrión a Felipe Polanco "Boruga" y la representación nacional de sus colegas Cuquín Victoria, Liondy Ozoria, Fausto Mata y Trompo Loco.
La presencia internacional la conforman los humoristas Carlos López "Chevo", de México; Saulo García, de Colombia, y Tomás Delgado "La Vecina", desde Ecuador.

3
MÚSICA

Santo Domingo en vivo
19 diciembre
Estadio Olímpico Félix Sánchez de Santo Domingo

El 19 de diciembre los dominicanos podrán disfrutar de un gran espectáculo, que contará con la presencia de las luminarias internacionales Alejandro Sanz, Marc Anthony, Carlos Vives, Pitbull y Nicky Jam en un concierto juntos. Denominado Santo Domingo en Vivo, el show se celebrará en el Estadio Olímpico Félix Sánchez de Santo Domingo. Su producción es de SD Concerts, que busca colocar en el extranjero el nombre de República Dominicana como destino atractivo para los amantes de la música.

4
CONCIERTO

Gilberto Santa Rosa
26 de diciembre.
Hard Rock Hotel & Casino Punta Cana

Si quieres saber por qué al estadounidense Gilberto Santa Rosa le llaman El Caballero de la Salsa no te pierdas su concierto en el Hard Rock Hotel.



5
CONCIERTO

Juan Luis Guerra
30 de Diciembre
Altos de Chavón

Juan Luis Guerra, en un segundo concierto a petición este año, tras su show en junio en Altos de Chavón, regresa para finalizar el año 2015. Su vuelta se produce tras cosechar en la entrega de los premios Grammy Latino celebrada en Las Vegas, tres

6
CONCIERTO

Ricky Martin
6 de febrero
Altos de Chavón

No te quedes sin comprar tus boletas para el concierto de Ricky Martin en Altos de Chavón,, con motivo de la gira 2016 donde presentará el disco *A quien quiera escuchar* y seguramente todas las canciones que le han convertido en uno de los más grandes de la historia de la música. No te pierdas los detalles de una noche irrepetible. La edad mínima para disfrutar en directo del concierto de Ricky Martin es de 3 años, aunque recomendamos que los menores de 15 años acudan acompañados de un adulto.





1
SIDNEY

Nochevieja
31 de diciembre.
Bahía de la ciudad.

Si bien técnicamente no es la primera celebración para recibir el nuevo año, sí es fuera de todas dudas la primera en ser generosa en despliegue visual, con un espectacular show de fuegos artificiales. Sin embargo, los festejos comienzan seis horas antes, con un espectáculo de aviación acrobática al que siguen puestas en escena de danzas tribales, proyecciones y un desfile de barcos por las aguas de la bahía hasta llegar a los esperados 12 minutos que revientan el cielo nocturno de estruendosos brillos y destellos multicolores.
www.sydneynewyearseve.com



2
ÁMSTERDAM

Tino Sehgal
Hasta 31 diciembre.
Museo Stedelijk.

Desde el 1 de enero pasado, y durante cada mes, el artista británico-alemán Tino Sehgal (1976) viene presentando una serie consecutiva de 12 instalaciones. Básicamente, se trata de intervenciones 'en vivo' o 'situaciones', como las llama el artista, ejecutadas cada vez en distintos espacios de la galería. Para Sehgal –que comenzó estudios de Economía Política, se pasó luego a la danza y finalmente, en el año 2000, a las artes visuales–, una obra tiene sentido cuando se encuentra 'cara a cara' con un espectador.
www.stedelijk.nl



3
VIENA

El baile del emperador
31 de diciembre.
Palacio Imperial de Hofburg.

Literalmente, en la escenografía que presenta un entorno palaciego decimonónico y nada escaso en glamour –largos vestidos y elegantes smokings mediante–, se proponen nada más y nada menos que diez horas de festejos. Este clásico que acontece cada fin de año en la capital austríaca crece desde un cóctel de recepción, propone polkas para danzar, ofrece luego una opípara cena, más música y danza, hasta llegar, a las doce, el inoxidable *Danubio Azul*, de Richard Strauss, y el jolgorio general.
www.hofburg.com

4
GINEBRA

Las joyas de Jean-Francois Pereña
Hasta el 31 de diciembre.
Museo de Arte e Historia.

Nacido en Madrid y formado artísticamente en Francia, Jean-Francois Pereña (1946) ha creado notables piezas de joyería que podrían ser catalogadas como escultóricas, en las que ha combinado los más diversos materiales, desde pieles, dientes y gemas a maderas exóticas, marfil, perlas, alpaca y plástico, por ejemplo. Durante treinta años, la arqueóloga Yvette Mottier ha ido adquiriendo algunas de sus piezas, conjunto de 81 obras que se exponen aquí.
institutions.ville-geneve.com



5
LONDRES

Goya. Los retratos
Hasta el 10 de enero.
National Gallery.

Más de 70 retratos realizados por el genial pintor español Francisco de Goya (1746-1828), desde familiares y amigos a personajes del mundo de la realeza, intelectuales, políticos y militares, se muestran en esta exposición que sirve también para reflejar la evolución del artista en este terreno: desde sus primeros encargos a obras más íntimas pintadas durante su 'exilio voluntario' en Francia. Un respaso a su carrera que traspasa momentos históricos como la Revolución Francesa, la Restauración, la guerra con Francia y la agitación cultural de la Ilustración española.
www.nationalgallery.org.uk



Goya. **Londres**

6
SAO PAULO

Carrera de San Silvestre
31 de diciembre.

Ya en su edición 91º, esta competición no solo es un clásico para recibir el nuevo año, sino una de las pruebas más importantes del calendario atlético mundial. Inspirada en pruebas similares efectuadas en Francia, donde, en la noche, los corredores portaban antorchas, en la actualidad su recorrido se extiende 15 km. A partir de 1975 es una prueba mixta, desde que se aceptara la participación de mujeres. En las últimas dos décadas ha sido mayoritariamente ganada por atletas africanos.
www.saosilvestre.com.br

TEXTO MIGUEL POLO



Orson Welles, en los años 30 del siglo pasado.

CIUDADANO WELLES

ENAMORADO DE ESPAÑA, ORSON WELLES FUE UN GENIO MALTRATADO QUE LUCHÓ POR HACER REALES SUS SUEÑOS.

NIÑO PRODIGIO DUEÑO DE GRAN DESCARO y una insaciable voracidad creativa, a los trece años queda huérfano y embarca con su tutor rumbo a Europa. En Irlanda ingresa en el prestigioso Gate Theatre de Dublín con un currículo tan imponente como falso. Cuando regresa a Nueva York es ya un joven agitador de conciencias listo para ser profeta en su tierra. Forma en Broadway su propia compañía, causando un terremoto de vítores y pataleos con sus provocativas adaptaciones de textos clásicos. Después cambia las tablas por el micrófono y, en octubre de 1938, aterroriza a los oyentes con su genial versión radiofónica de *La guerra de los mundos* de H. G. Wells. Gracias a tal bombazo firma en Hollywood un contrato sin precedentes. Elige para su bautismo de celuloide *Ciudadano Kane,* película que sentará las bases del moderno lenguaje cinematográfico. Tras el fracaso de *El cuarto mandamiento,* la RKO le corta el grifo, y "harto de emplear un 5% del tiempo en hacer películas, y un 95% en conseguir dinero para rodarlas", emigra a Europa, donde ya era considerado un director de culto. Quien sabe de qué podríamos hablar si hubiera disfrutado de la libertad y la financiación que merecía. No es casualidad que este forofo de la cocina, la bodega y la cultura de España, donde viajó a menudo y donde están enterradas sus cenizas, considerase a Don Quijote un alma gemela. Ambos compartieron una invencible voluntad y la pasión por tratar de convertir sus sueños en realidad. Ambos, sin embargo, padecieron la tacañería y censura de los todopoderosos. G

WHERE IT ALL BEGAN

GENESIS

ALTOS DE CHAVÓN | CASA DE CAMPO

GRAND OPENING
DECEMBER 2015



Av. John F Kennedy Esq. Av. Abraham Lincoln. Ágora Mall, 2do Nivel. Santo Domingo, R.D.
Telf: (809) 565.34.86